



# 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 고양이 사료(Cat Food)

Country : 인도네시아(Indonesia)

# Contents

<b>I. 시장 통계</b> .....	4
1. 통계분석 기준 설정 .....	6
2. 무역통계 종합분석 .....	7
3. 품목통계 종합분석 .....	8
<b>II. 시장 트렌드</b> .....	9
1. 소비 트렌드 .....	11
2. 제품 트렌드 .....	12
3. 유통 트렌드 .....	13
4. 정책 트렌드 .....	14
<b>III. 경쟁제품 현지조사</b> .....	15
1. 경쟁제품 선정 .....	17
2. 정량 분석 .....	18
3. 정성 분석 .....	19
4. 현지 방문 조사자료 .....	20
<b>IV. 경쟁사 분석</b> .....	24
1. 경쟁사 선정 .....	26
2. 경쟁사별 현황 파악 .....	27
<b>V. 유통구조 현황</b> .....	30
1. 추천 진출 경로 .....	32
2. 전문가 인터뷰 .....	35
<b>VI. 유통업체 현황</b> .....	36
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보 .....	38

# Contents

<b>Ⅶ. 통관 및 검역 정보</b> .....	41
1. 통관 및 검역 절차 .....	44
2. 관세율 정보 .....	46
3. FTA 정보 .....	47
4. 통관 및 검역 주의사항 .....	48
<b>Ⅷ. 인증 정보</b> .....	49
1. 인증 취득정보 .....	51
2. 인증 취득제품 .....	52
3. 제출서류 .....	53
4. 전문가 인터뷰 .....	55
<b>Ⅸ. 라벨링 정보</b> .....	56
1. 라벨 표기사항 .....	58
2. 라벨링 예시 .....	59
<b>X. 위생 요건 정보</b> .....	60
1. 식품첨가물 규정 .....	62
<b>※ 참고 문헌</b> .....	64

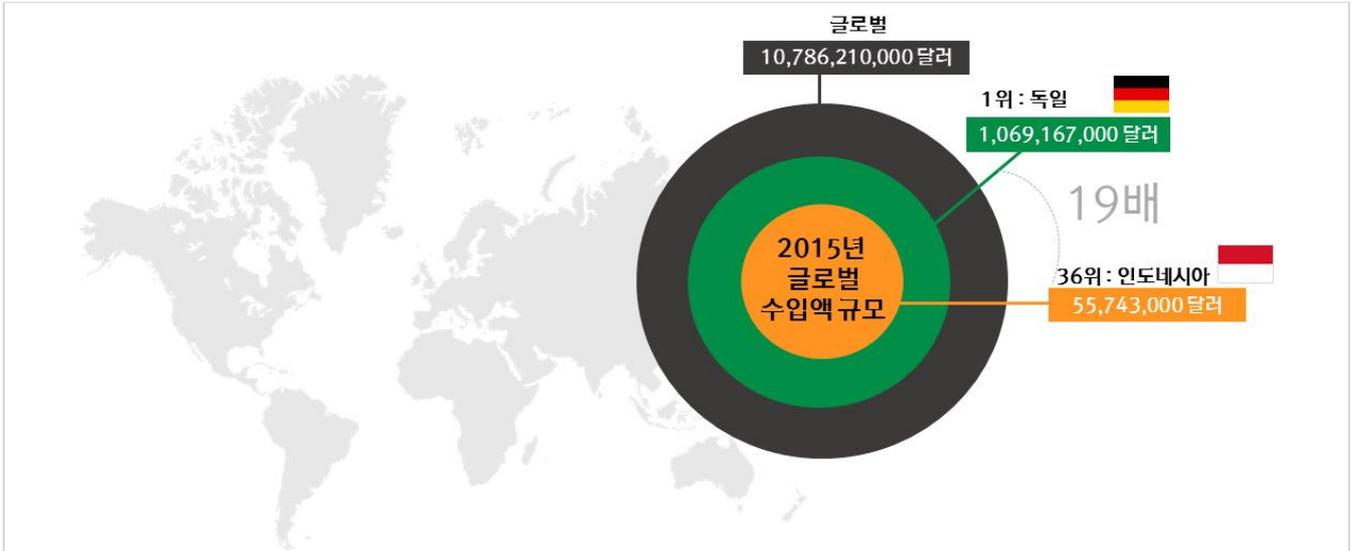


# I. 시장 통계

## ※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

# 시장 통계 OVERVIEW

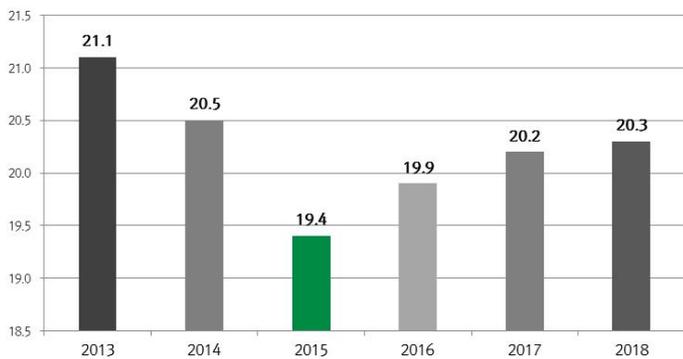


## 2015년 인도네시아 내 HS CODE 2309.10 품목 수입액 규모



## ▶ 인도네시아 반려묘 식품 시장 규모(2013 ~ 2018년)

(단위 : 백만 달러)



※ 2016 ~ 2018년은 전망치임

글로벌 수입규모  
1위 태국, 36위 인도네시아  
인도네시아 수입상대국, 한국 7위  
2015년 기준 Cat food 시장규모,  
19억 4,100만 달러

# 1. 통계분석 기준 설정

## HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr
3	인도네시아 관세청 www.beacukai.go.id

## 소매용 고양이 사료 통계 기준 설정

소매용 고양이 사료 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 인도네시아의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

## 수입 통계 기준, HS CODE 2309.10으로 설정

글로벌 및 인도네시아 내 고양이 사료의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2309.10을 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 2309.10 해당 품목은 주로 소매용 개 또는 고양이용 사료로 한정함

표 1.1 : 사료 조사 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2309.10
	인도네시아 수입규모 및 성장률		2309.10
품목 통계	인도네시아 시장규모 및 성장률	품목 키워드	Cat food
	아시아권역 애완동물 식품 시장 성장률		Cat food, put up for retail sale

표 1.2 : 인도네시아 내 동물사료 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2309	사료용 조제품
	<b>2309.10</b>	<b>개나 고양이용 사료(소매용으로 한정함)</b>
	2309.10.1000	개사료
	2309.10.2000	고양이 사료
	2309.90	기타
	2309.90.10	배합사료
인도네시아	2309	조제 동물사료
	<b>2309.10</b>	<b>개 또는 고양이용 사료(소매용으로 한정함)</b>
	2309.10.1000	함유하는 고기

출처 : 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)

1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

## 2 무역통계 기준 설정

### 글로벌 동물 사료 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2309.10 수입액 규모 및 비중

(단위 : 천 달러, %)



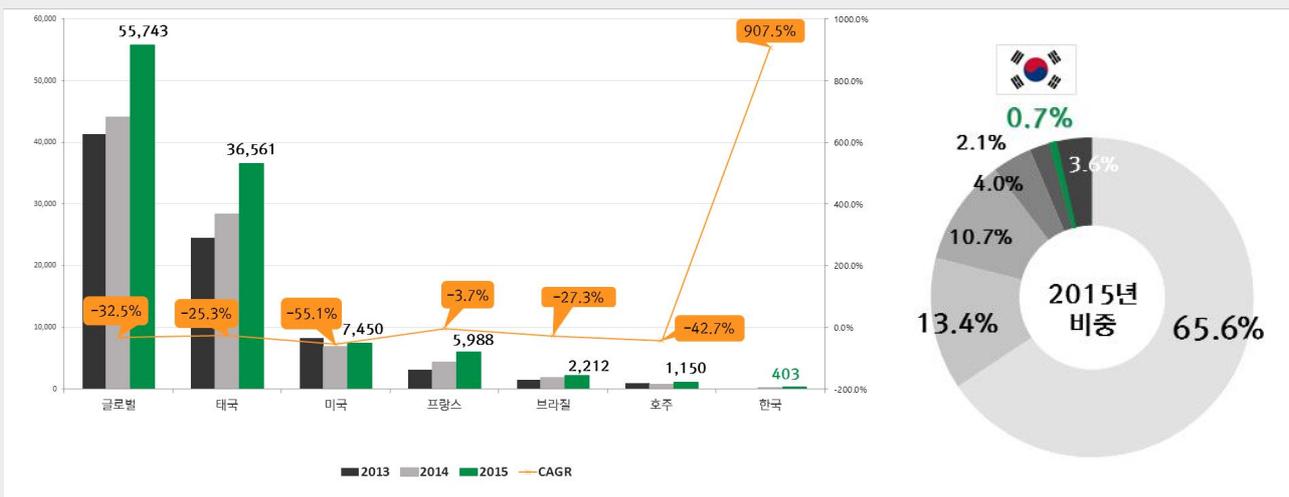
출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2015년 기준 HS CODE 2309.10 수입규모는 107억 8,621만 달러로 2013년부터 2015년까지 연평균 -1.3%의 하락세를 기록함
- 인도네시아 수입규모는 전체 수입액의 0.5%를 차지하고 있으며, 수입상대국 1위, 2위를 기록한 독일과 영국이 각각 9.9%, 7.2%를 차지함

### 인도네시아 수입 통계 분석

표 1.4 : 인도네시아 HS CODE 2309.10 수입액 규모 및 비중

(단위 : 천 달러, %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

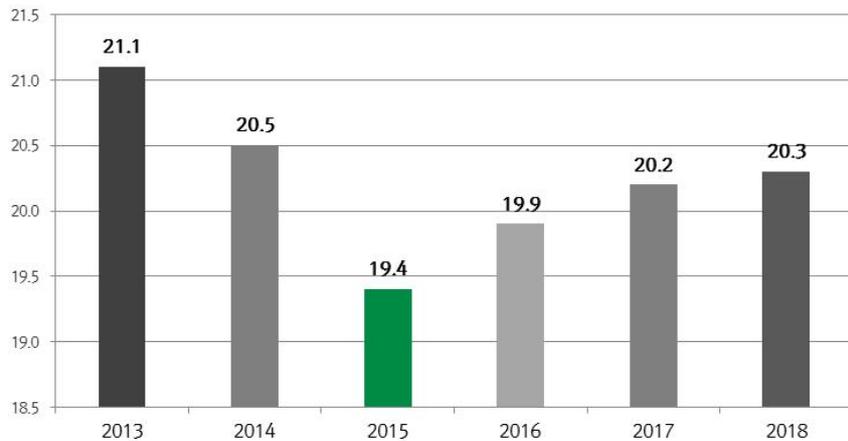
- 2015년 기준 인도네시아 내 HS CODE 2309.10 최대 수입국은 태국으로 3,656만 1,000달러의 수입액을 기록함. 상위 5개국 모두 하락세를 기록했으며 특히 수입액 2위국 미국은 타 국가 대비 -55.1%의 낮은 성장세를 보임
- 2015년 기준 한국산의 수입 규모는 40만 3,000달러로 나타났으며 전체 중 0.7%를 점유하여 7위에 등극함. 하지만 최신 3개년 기준 907.5%의 괄목할만한 성장률을 기록하여 인도네시아 진출 시장성이 밝은 품목으로 사료됨

### 3. 품목통계 종합분석

#### 인도네시아 반려묘 식품 시장규모

표 1.5 : 인도네시아 내 반려묘 식품 시장규모<sup>2)</sup>

(단위 : 백만 달러)



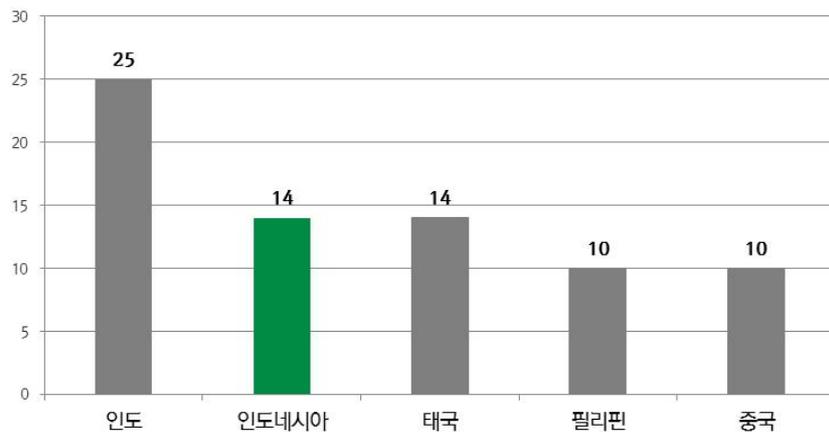
출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

- 2015년 기준 인도네시아의 반려묘 식품의 시장규모는 19억 4,100만 달러로 집계되었으며 2013년부터 2015년까지 -8.3%라는 낮은 성장세를 보임. 2016년부터 2018년까지 시장 성장률은 연평균 2.3%를 기록하며 2018년에는 20억 3,100만 달러를 기록할 것으로 전망됨
- 인도네시아 반려묘 식품 시장의 성장세에는 무슬림이 많은 비중을 차지해 개를 금기시하는 이슬람교의 특징이 작용하여 고양이를 선호하기 때문인 것으로 사료됨

#### 2015 아시아권역 애완동물 식품 시장 성장률

표 1.6 : 2015 아시아권역 애완동물 식품 시장 성장률

(단위 : %)



출처 : Euromonitor International(www.euromonitor.com)

- 아시아 애완동물 식품 시장은 인도의 경우 약 25%, 인도네시아와 태국의 경우 약 14%, 중국과 필리핀도 각 10%의 성장률을 기록함
- 2015년 기준 아시아 지역이 약 98억 달러 규모로 세계 애완동물 시장 중 약 9%(약 98억 달러)의 매출액을 기록함. 해당 시장은 애완동물 사료 및 애완동물과 관련된 모든 제품을 포함하고 있음

2. 2016 ~ 2018년은 전망치임



## Ⅱ. 시장 트렌드

### ※ 시장 트렌드 OVERVIEW

1. 소비 트렌드
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드
4. 정책 트렌드

# 시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	World Bank	www.worldbank.org
2	Global Data	consumer.globaldata.com
3	IMF	www.imf.org
4	Mars, Incorporated	www.mars.com
5	Nestlé S.A.	www.nestle.com
6	Hill's Pet Nutrition	www.hillspet.com
7	Youtube	youtube.com
8	Jakarta Globe	jakartaglobe.id
9	Go-Jek Indonesia	go-jek.com
10	한국마케팅신문	www.mknews.kr

Keyword	
분류	주요 키워드(영문, 인도네시아어)
소비	- 경제성장(Economic growth, Pertumbuhan ekonomi) - 중산층(Middle-class, Kelas menengah) - 고양이 사료 소비(Cat food consumption, Kucing konsumsi makanan)
제품	- 인기 고양이 사료(Popular cat food, Makanan kucing populer)
유통	- 고양이 사료 유통(Cat Food Retail, Rentang Makanan Kucing) - 고양이 사료 채널(Cat Food Channel, Saluran Makanan Kucing)
정책	- 고양이 사료 규제(Cat Food Regulation, Regulasi/Peraturan Makanan Kucing) - 고양이 사료 인증(Cat Food Certification, Sertifikasi Makanan Kucing)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수년간 지속된 경제성장·도시화·중산층의 확대, 소비문화 형성</li> <li>- 애완동물의 가족화로 펫코노미(Pet+Economy) 성장 중</li> <li>· 국민 소득증가는 애완동물의 소유와 관련 지출을 증가시킴</li> </ul>
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해외 브랜드, 인도네시아 애완동물 시장 95% 점유</li> <li>- 전체 시장규모의 약 27.9% 미국 기업의 브랜드 제품 차지</li> <li>· 반려동물 사료 수입·유통업체들은 Royal Canin, Pedigree, Whiskas 등 미국 대기업 브랜드 제품들을 가장 선호하는 것으로 드러남</li> <li>“품질이 좋고 인지도가 높은 Mars, Incorporated 회사의 Royal Canin 제품의 판매율이 높다.”</li> </ul>
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인도네시아, 인터넷 판매량 증가·전자 상거래의 지속적 성장세</li> <li>- 편리함·신속성 제공하는 현대적 유통채널 선호</li> <li>· 섬으로 이루어진 군도 특성상 현지 유통채널을 거치지 않고 온라인에서 소비하는 추세는 늘어나고 있음</li> </ul>
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정부, 전자상거래 산업 활성화 위한 부가가치세 면제 방안 검토</li> <li>· 모든 온라인 거래에 0% 부가가치세 적용 방안 검토키로</li> <li>- 애완동물 사료, 발의·제정된 법률 아직 없어</li> </ul>

# 1. 소비 트렌드

## 수년간 지속된 경제성장 도시화 중산층의 확대, 소비문화 형성

인도네시아는 남아시아 국가 중 가파른 경제성장세를 보이고 있는 국가임. 급속한 도시화와 산업화로 중산층이 확대되고 있는 등 긍정적인 경제 전망을 세계적으로 인정받고 있음. 세계 4위의 인구 대국인 인도네시아는 인구 구성 중 젊은 노동인구 즉, 젊은 중산층의 비율이 눈에 띄게 확대되고 있으며 이들이 소비시장의 흐름을 주도함

Boston Consulting Group에 따르면, 향후 소비 트렌드를 주도하고 있는 젊은 중산층의 소득 증대와 소비규모의 증가로 소비시장의 크나큰 원동력으로 작용할 것이라 전망함<sup>3</sup>.

### 펫코노미 · 펫팸

- 펫코노미(Pet+Economy) : 애완동물 (Pet)과 경제(Economy)를 조합한 신조어
- 펫팸(Pet+Family) : 반려동물을 뜻하는 펫(Pet)과 가족을 뜻하는(Family)가 합쳐져 반려동물을 가족처럼 여기고 함께 생활하는 문화를 일컫는 신조어

## 애완동물의 가족화로 펫코노미(Pet+Economy) 성장 중

소득 수준의 향상으로 소비지출의 범위가 기본 식료품에서 벗어나 식료품이 아닌 애완동물 제품들에 대한 소비지출이 늘어나는 추세임. 특히 소비층이 두터운 젊은 중산층의 핵가족화 심화가 맞물려 반려동물을 키우는 인구 비율이 늘어남. 이에 따라 반려동물 식품 및 관련 용품 시장이 고속 성장 중임

특히 1인 인구의 증가와 개를 금기시하는 인도네시아의 특성상 반려동물로 고양이를 선호함

표 2.1 : 인도네시아 경제 성장률과 2016년 상위 5개국 인구 규모

(단위 : %, 명)



출처 : IMF(www.imf.org), World Bank(www.worldbank.org)

3. Boston Consulting Group(www.bcgperspectives.com)

## 2. 제품 트렌드

### 인도네시아 소비자들, '선진국 수입 사료 제품 선호'

인도네시아 애완동물 사료 및 관련 용품 유통업체를 대상으로 인터뷰를 진행한 결과, 다수의 유통업체 담당자와 소비자들은 미국, 뉴질랜드, 일본 등지에서 수입한 제품을 선호한다는 답변을 얻을 수 있었음. 구체적인 브랜드로는 Mars, Incorporated 회사의 Royal Canin, Whiskas, Pedigree 브랜드 제품의 판매율이 높은 것으로 조사됨

약 10년 전까지도 인도네시아 사람들은 집에서 기르는 개와 고양이에게 사람들이 먹다 남긴 음식물을 주거나 사람들이 먹는 일반 음식으로 애완동물을 길러온 것으로 전해짐. 반려동물이라기 보다 방목하며 기른 집동물이라는 인식이 강하게 형성되어 있었으나 최근 몇 년간 건강한 먹거리를 찾고 반려동물 케어에 대한 소비문화 인식이 자리 잡으면서 수입산 사료 제품이 인기를 얻고 있음

현지 브랜드 제품의 약세로 북미, 유럽, 오세아니아 국가에서 생산된 사료 제품의 품질에 대해 신뢰도를 보여 높은 가격대에도 불구하고 더 좋은 상품 구매 형태가 늘어나고 있는 것으로 드러남. 또한, 이처럼 한번 구입하기 시작한 제품은 고양이의 성장을 위해 도중에 다른 제품으로 바꾸지 않는 경향이 있음

#### Interview Info

"취급하는 제품 중 Royal Canin 브랜드의 애완동물 사료가 가장 유명한 제품이다. 고객들은 구매 시 가격보다 품질을 최우선으로 고려하기에 Royal Canin 제품의 가격이 비싸지만 구매하는 경향이 있다."

- 애완동물 제품 유통업체 Petshop Murah  
담당자 Ms. Yuliani과의 인터뷰 중, 2017.04

표 2.2 : 인도네시아 고양이 사료 시장 주요 경쟁업체

Mars, Incorporated(미국)	Nestlé S.A.(스위스)	Hill's Pet Nutrition(미국)
		
2015 시장점유율 1위, 약 20.1%	2015 시장점유율 2위, 약 18.3%	2015 시장점유율 3위, 약 7.8%
펫케어(Pet Care)·스낵·식료품 등 다양한 비즈니스를 하는 글로벌 기업으로 미국에 본사를 두고 약 41개의 브랜드를 보유하고 있음	음료·스낵·사료 등 다양한 식품 제조업체로 스위스의 글로벌 기업임. 펫케어(Pet Care) 전문 자회사인 Purina Friskies가 고양이 전문 브랜드임	미국 Colgate-Palmolive 회사의 자회사로 애완동물용 영양학 분야의 전문성을 강조함

출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

### 3. 유통 트렌드

#### 인도네시아, 인터넷 판매량 증가전자 상거래의 지속적 성장세

인도네시아에서는 빠르게 확산되는 인터넷 환경에 따라 인터넷 사용자가 급격하게 증가하고 있음. 고속경제성장으로 소비 지출액이 해마다 상승하고 있으며 중산층 비율의 확대로 온라인 쇼핑 수요가 증가하고 인터넷 광고로 소비자에게 제품이 쉽게 노출되어 구매로 이어지는 경우가 많은 것이 해당 증가추세의 근본적인 원인임. 또한 지속적인 중산층 인구의 성장은 온라인 시장의 잠재 소비자로 분류 가능함

과거 소수에 지나치지 않던 인터넷 쇼핑물 수의 증가세 또한 전자 상거래 시장의 성장에 밑거름이 된 것으로 보임. 매년 인터넷 사용자 및 온라인 시장의 규모가 성장하고 있는 추세로 보아 향후 시장도 밝을 것으로 전망됨

#### 편리함·신속성 제공하는 현대적 유통채널 선호

도시지역을 중심으로 확산되는 현대적 유통채널로 인해 섬나라인 인도네시아는 지방과 대도시의 발전 격차가 큰 편임. 현대적 유통채널이 들어서지 않은 지역의 소비자들은 대부분 편리하고 신속한 온라인 채널을 통한 소비를 선호하기 때문에 현재 인도네시아의 부족한 물류 인프라 구축이 필요한 실정임

표 2.3 : 인도네시아 주요 온라인 쇼핑물 현황

Kaskus	Blanja	Tokopedia	Bukalapak	Elevenia	Qoo10	OLX	Lazada
							
인도네시아	인도네시아	인도네시아	인도네시아	한국	한국	독일	남아프리카 공화국

출처 : 개별 웹사이트

표 2.4 : 인도네시아 신규 서비스 업종 GO-PET by Go-Jek



- 인도네시아 애견인·애묘인 사이에서 인기 있는 인터넷 서비스 플랫폼
- 1인 가구 및 핵가족 시대에 수요가 많은 신규 서비스 창출
- 반려동물을 위한 다양한 서비스 제공
  - 반려동물 미용 서비스(미용, 목욕 등)
  - 반려동물 관리 서비스(사료, 배변, 체크업 등)
  - 반려동물 이동 서비스(픽업)
  - 반려동물 사료 및 관련 용품 배달 서비스

출처 : 유튜브(Youtube.com)

## 4. 정책 트렌드

### 정부, 전자상거래 산업 활성화 위한 부가가치세 면제 방안 검토

인도네시아 정부가 국내 온라인 거래 강화 및 전자상거래 산업 활성화를 위한 부가가치세 면제 방안을 검토 중이라 밝힘

현재 인도네시아 온라인 쇼핑몰에서 물건을 구매하면 10%의 부가가치세가 별도로 부과되고 있음. 하지만 해외 사이트에서 구매를 하는 경우 세금이 부과되지 않아 해외 사이트를 선호하고 이용률이 높은 것으로 드러남. 이에 따라 전자상거래 발전을 도모하고자 인도네시아 정부는 자국에서 이루어지는 모든 온라인 거래에 대해 부가가치세 면제를 검토 중임

부가가치세 면제 계획이 확정된다면 인도네시아의 전자상거래 발전에 가속화가 될 것으로 예측되며 소규모 상인들의 온라인 유통채널 진출도 많이 이루어질 것으로 전망됨

### 애완동물 사료, 발의·제정된 법률 아직 없어

인도네시아는 최근까지도 사료에 대한 법률·규칙 등이 명확하게 규정된 것이 없음. 애완동물에게 사람들이 먹는 음식물 외 특정 사료를 먹이는 문화가 유입된 기간이 짧아 해당 업무를 관할하는 정부산하기관 및 협회도 규모가 작고 통관·검역·규제·절차에 대한 인지도가 낮음

인도네시아 정부기관 인터뷰를 진행해본 결과, 사료를 다루는 정부부처는 농림부(MOA : Ministry of Agriculture) 내 가축보건과(Veterinary Health)인 것으로 확인됨. 하지만 해당 부서에서는 현재까지 발의하거나 제정된 애완동물용 사료 관련 법안은 없음

2016년 말, 농림부 산하 동물축산과(Livestock and Animal Health)에서 2017년 1월부터 목장에서 가축 소(cattle) 사료에 항생제 사용을 금지하는 규정을 준비하고 있다고 밝힘. 하지만 개와 고양이 사료는 해당 법안에 포함되지 않음

# Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

## ※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

# 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※경쟁제품 도출 결과 수입산 만이 도출됨. 이에 제조국가 구분 없이 중량 당 가격, 중량, 유통기한의 평균값을 도출함

## 수입산



제품명

Friskies Party Mix

제조사

Nestlé Purina PetCare



제품명

Whiskas Chicken & Tuna

제조사

Mars, Incorporated



제품명

Me-O Seafood Platter in Prawn Jelly

제조사

CP Petfood



제품명

Sheba Flaked Tuna Whitemeat

제조사

Mars, Incorporated

# 1. 경쟁제품 선정

## 방문 매장 선정

대형유통매장	대형유통매장	대형유통매장
Lotte Mart Supermarket	Ranch Market	Hypermart
		
Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12730 Indonesia	Grand Indonesia Shopping Town East Mall Lantai LG, Jl. M. H. Thamrin No. 1, Menteng, RT.1/RW.5, Menteng, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10310 Indonesia	Szitic Square No. 69, Nonglin Road Shenzhen, Guangdong, 518000

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart Supermarket, Ranch Market, Hypermart 2017.04)

## 현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 8개 선정

수입산				
이미지				
제품명	Friskies Party Mix	Whiskas Chicken&Tuna	Me-O Seafood Platter in Prawn Jelly	Sheba Flaked Tuna Whitemeat
제조사	Nestlé Purina PetCare Company	Mars, Incorporated	CP Petfood	Mars, Incorporated

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart Supermarket, Ranch Market, Hypermart 2017.04)

## 분석 지표 설정 - 7개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량 (g)	4	포장형태
2	100g 당 가격 (원)	5	원료
3	유통기한 (개월)	6	제조국가
		7	보유 인증

## 2. 정량 분석

### 인도네시아 내 유통 중인 고양이 사료 제품, 100g당 가격 평균 1,007원<sup>4</sup>.

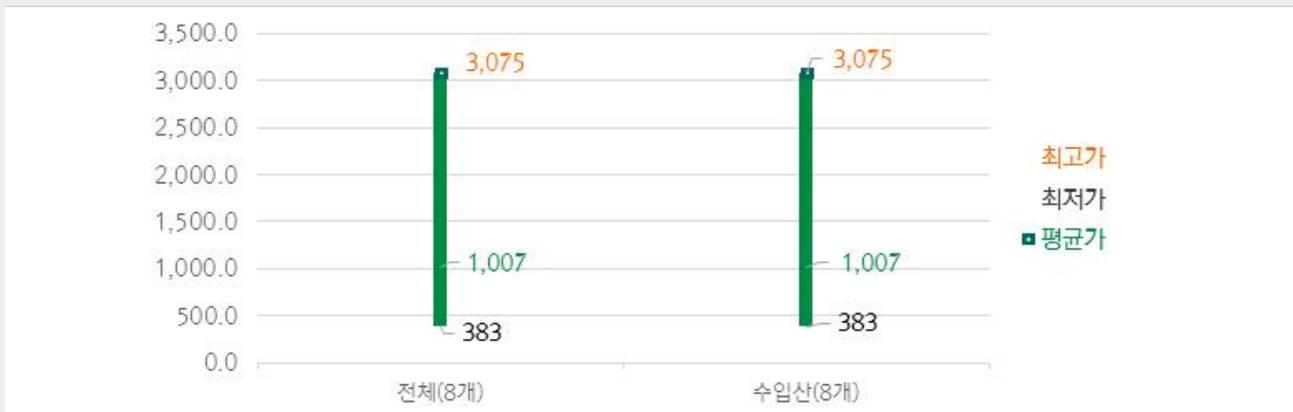
인도네시아 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품의 중량 당 가격을 분석한 결과 평균 가격이 1,007원으로 산출됨

그중 Nestlé Purina PetCare Company의 Friskies Party Mix 제품의 100g 당 가격이 최고가를 형성하였는데 이는 해당 제품의 높은 브랜드 인지도와 유일하게 식물성 오일이 함유된 제품이기 때문인 것으로 사료됨

경쟁 제품의 평균 용량은 170g으로 나타났으며, 평균적으로 26개월의 유통 기한을 확보하고 있는 것으로 파악됨<sup>5</sup>.

표 3.1 : 제품별 중량(100g) 당 가격

(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Lotte Mart Supermarket, Ranch Market, Hypermart 2017.04), 8개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값

(단위 : g, 개월)



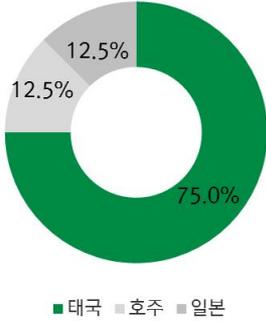
출처 : 현지방문조사(Lotte Mart Supermarket, Ranch Market, Hypermart 2017.04), 8개 제품 기준

4. 1인도네시아 달러(IDR) = 0.09원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.04.27)

5. 경쟁제품 도출 결과 수입산 만이 도출됨. 이에 제조국가 구분 없이 중량 당 가격, 중량, 유통기한의 평균값을 도출함

### 3. 정성 분석

8개 제품 제조국가 비율



고양이 사료 제품 포장, 알루미늄 제관과 플라스틱 파우치로 분류 경쟁제품 8개 중 5개의 외장재는 알루미늄 제관, 나머지 3개는 플라스틱 파우치로 나타남. 외장재가 플라스틱 파우치인 제품의 경우 모두 내용물의 중량이 100g을 넘기지 않는 것으로 확인됨

#### 할랄 인증 획득 제품 2개

경쟁제품 1개사의 2개 제품이 할랄 인증을 획득한 것으로 확인됨. 해당 제품들은 모두 미국계 기업의 제품으로 태국에서 제조됨

#### 제조국가

경쟁제품 8개 중 6개 제품의 제조국가가 태국으로 나타남. 이외 1개 제품은 호주에서, 1개 제품은 일본에서 제조된 것으로 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재)

알루미늄 제관			
알루미늄 제관		플라스틱 파우치	

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart Supermarket, Ranch Market, Hypermart 2017.04), 8개 제품 기준

표 3.4 : 할랄 인증 취득 제품

인증 취득 제품(앞면)	인증 취득 제품(뒷면)

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart Supermarket, Ranch Market, Hypermart 2017.04), 8개 제품 기준

## 4. 현지 방문 조사자료

### 현지 조사 정보

인도네시아 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함

분류		제품 #01	제품 #02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	Nestlé Purina PetCare Company	Mars, Incorporated
	제품명	Friskies Party Mix	Whiskas Chicken & Tuna
	용량(g)	60	85
	가격 (인도네시아 달러)	20,500	6,000
	포장형태	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	통밀시리얼(쌀, 옥수수), 가금류 부산물, 옥수수 글루텐, 식물성 오일, 아미노산, 식용색소	닭고기, 참치, 밀 글루텐, 대두유, 젤화제, 착색제, 비타민, 미네랄
유통기한 (개월)	18	24	
취급처	판매확인 매장	Lotte Mart Supermarket	Lotte Mart Supermarket

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	Purrfect	Mars, Incorporated
	제품명	Purrfect meal for cats	Whiskas Junior
	용량(g)	85	85
	가격 (인도네시아 달러)	8,800	6,000
	포장형태	알루미늄 제관	플라스틱 파우치
	원료	참치, 정어리, 천연-인공 조미료, 비타민, 미네랄, 농후제, 대두유, 정제수	참치, 젤화제, 대두유, 비타민, 미네랄
유통기한 (개월)	12	24	
취급처	판매확인 매장	Lotte Mart Supermarket	Lotte Mart Supermarket

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #05	제품 #06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	CP Petfood	Mars, Incorporated
	제품명	Me-O Seafood Platter in Prawn Jelly	Sheba Flaked Tuna Whitemeat
	용량(g)	400	85
	가격 (인도네시아 달러)	17,100	13,400
	포장형태	알루미늄 제관	알루미늄 제관
	원료	여러 해산물, 젤화제, 비타민&미네랄, 타우린, 콜린, 비타민 B2·A·K3·D1, 엽산, 철분, 망간, 식품 착색제	참치, 농화제(변성녹말, 구아검)
유통기한 (개월)	36	24	
취급처	판매확인 매장	Ranch Market	Ranch Market

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #07	제품 #08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	홈센터 바로우 주식회사 (株式会社ホームセンターパロー)	Best in Show
	제품명	PET FOREST SEAFOOD PLATTER	Super Cat
	용량(g)	400	160
	가격 (인도네시아 달러)	17,000	10,600
	포장형태	알루미늄 제관	알루미늄 제관
	원료	참치, 정어리, 새우, 오징어, 식물 고무질 <sup>6</sup> , 참치 추출액, 식용색소	정어리, 생선, 오징어, 새우, 참치 추출액, 식용색소
	유통기한 (개월)	36	36
취급처	Ranch Market	Ranch Market	

6. 식물의 과실이나 수피에서 분비되는 일군의 다당류임. 식품, 의약품에 두루 사용된다고 알려져 있음

# IV. 경쟁사 분석

## ※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

# 경쟁사 분석 OVERVIEW



		Mars, Incorporated	Nestlé Purina PetCare	Hill's Pet Nutrition
		글로벌	글로벌	글로벌
기업 개요	설립년도	1911년	2001년	1907년
	소재지	미국	미국	미국
	직원 수	80,000명(2017년)	17,500명(2012년)	5,000명
	매출액	330억 달러(2014년)	112억 달러(2013년)	22억 달러
	취급품목	초콜릿바, 사탕, 스낵, 음료, 애완동물 사료 등	개·고양이 사료 및 건강제품	개·고양이 사료
브랜드·제품 정보				
		Perfect Fit	Purina	Science Diet
		Iams	Purina	Science Diet
홍보 전략	홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 약속을 지키는 기업 이미지 전략</li> <li>- 매년 기업목표 공시 후 이행내역을 공개하여 약속을 지키는 신뢰도 높은 기업 이미지 강조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 상담창구 제공과 SNS활용으로 브랜드 홍보</li> <li>- 전문가 상담지원으로 애완동물의 영양 및 건강 상담</li> <li>- 페이스북, 트위터 등 활용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 애묘인들의 소통 #CrazyForCats</li> <li>- SNS를 통해 애묘인들과 소통</li> <li>- 일상 사진 및 제품 후기 공유</li> </ul>
	캐치 프레이즈	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가족(Family) 강조</li> <li>- 브랜드, 제품, 소비자 모두 가족임을 강조</li> <li>- 안전하고 신뢰도 높은 기업 이미지 제고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 반려동물 맞춤형 제품 홍보</li> <li>- 나이, 크기, 건강상태, 품종에 따른 제품 추천</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 건강한 먹이로 행복 제공</li> <li>- 건강한 사료를 고양이의 행복과 연결</li> <li>- 고객반려동물의 행복에는 해당 브랜드가 있음을 강조</li> </ul>

# 1. 경쟁사 선정

## 경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 시장 점유율 상위 기업 ..... Global Data 활용

- 인도네시아 애완동물 사료 및 관련 용품 시장 기업별 점유율 조사(2015년 기준)<sup>7</sup>.
- Mars, Incorporated(20.1%)
- Nestle S.A(18.3%)
- Hill's Pet Nutrition(7.8%)
- 기타 글로벌 기업 및 현지 기업(53.8%)

방법론 02. 온라인 쇼핑몰 조사 ..... 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : Makanan kucing(고양이 사료)
- 온라인 쇼핑몰 분석
- Amazon(www.amazon.com)
- Kaskus(www.kaskus.co.id)

방법론 03. 오프라인 매장 조사 ..... 오프라인 매장 방문

- 인도네시아 현지 하이퍼마켓, 대형마트 방문(2017.04)
- Lotte Mart Supermarket, Ranch market, Hypermart

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01 (시장 점유율)

+ 방법론 02 (온라인 조사)

+ 방법론 03(오프라인 방문 조사)

---

글로벌 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

글로벌(미국)	글로벌(스위스)	글로벌(미국)
		
· 시장 점유율 상위 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 시장 점유율 상위 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 시장 점유율 상위 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 ..... <input type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input type="checkbox"/>

7. 점유율 상위기업은 개 사료 외에 고양이 사료를 필수적으로 생산·취급하고 있는 기업을 조사함

## 2. 경쟁사별 현황파악

### Mars, Incorporated 정보

· 대표 전화  
: +1-703-821-4900  
· 주소  
: 6885 Elm St, McLean, VA 22101  
USA

출처 : Mars, Incorporated  
(www.mars.com)

### 글로벌 기업 분석 : Mars, Incorporated

1911년 설립으로 금년 106년이 넘는 업력을 보유한 글로벌 기업으로 세계적인 제과업체임. 특히 애완동물 사료 및 관련 용품 브랜드 41개를 보유한 글로벌 리딩 기업으로서 미국이 사료 제조 대국으로 인정받는데 일조하고 있음

인도네시아 애완동물 사료 전문 유통업체와의 인터뷰에서도 해당 기업이 보유한 브랜드 제품에 대한 인지도가 매우 높았으며 소비자들이 선호하는 제품이라는 결과가 도출됨. 대표적인 브랜드로는 Royal Canin, Pedigree, Whiskas가 있으며 이들은 현지조사매장에서도 눈에 띄게 확인됨

#### [기업 개요]

① 설립년도	1911년
② 소재지	미국
③ 직원 수	80,000명(2017년)
④ 매출액	330억 달러(2014년)
⑤ 취급품목	초콜릿바, 사탕, 기타 스낵, 음료, 애완동물 사료 등



출처 : Wikipedia(en.wikipedia.org), Mars, Incorporated(www.mars.com)

#### [제품 정보]

현지방문매장  
확인 제품



Mars, Incorporated 회사의 Whiskas, Sheba 브랜드 제품

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart Supermarket, Ranch Market), Mars, Incorporated(www.mars.com)

#### [홍보 전략]

온라인 홍보(홈페이지)	캐치프레이즈
“ 약속을 지키는 기업 이미지 전략 ”	“ 가족(Family) 강조 ”
<p>DISCOVER OUR INITIATIVES. EXPLORE OUR PROGRESS.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 약속을 지키는 기업</li> <li>· 매년 기업목표를 공시하고 이행한 내역을 공개함으로써 약속을 지키는 신뢰도 높은 기업 이미지를 강조함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 브랜드와 제품, 소비자 모두 가족임을 강조</li> <li>· 가족이 운영하는 따뜻한 회사임을 강조하는 동시에 취급 중인 제품과 브랜드를 가족으로 지칭</li> <li>· 이를 통해 안전하고 신뢰도 높은 기업 이미지 제고</li> </ul>

출처 : Mars, Incorporated(www.mars.com)

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### Nestlé Purina PetCare

#### 정보

· 대표 전화  
 : +41 21-924-55-15  
 · 주소  
 : Case postale 352, 1800 Vevey,  
 Switzerland  
 출처 : Nestlé Purina Petcare  
 (purina.com)

### 글로벌 기업 분석 : Nestlé Purina PetCare

네슬레는 글로벌 식품기업으로 1866년 유아식부터 시작하여 현재는 대부분의 가공식품 제조사로 성장함. 여러 번의 브랜드 합병을 통해 규모가 더욱 커져 유제품과 초콜릿, 커피 제품, 스포류, 양념, 펫케어(Pet care)까지 제품군을 확장함. 이에 애완동물 제품만을 관리하는 자회사가 미국에서 설립됨

현재 네슬레의 펫케어(Pet care)브랜드인 Nestlé Purina PetCare의 홈페이지에서는 전문가와의 상담창구, SNS를 통해 반려동물에 대한 이해를 도와 더욱 좋은 케어가 가능하도록 활용하고 있음. 또한 애견인, 애묘인들이 기르는 반려동물의 나이·크기·건강상태·품종에 맞추어 자사제품을 활용할 수 있도록 홈페이지 및 SNS에서 많은 정보를 제공하는 전략을 이행하고 있음

#### [기업 개요]

① 설립년도	1866년
② 소재지	미국
③ 직원 수	175,000명(2012년)
④ 매출액	112억 달러(2013년)
⑤ 취급품목	개·고양이 사료 및 건강제품 등



출처 : Wikipedia(en.wikipedia.org), Nestlé Purina PetCare(purina.com)

#### [제품 정보]

현지방문매장 확인 제품	 Friskies Party Mix 제품	온라인 확인 제품	 고양이 사료(Tiernahrung, Katzennahrung)
-----------------	--	--------------	--

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart Supermarket), Nestlé Purina PetCare(purina.com)

#### [홍보 전략]

온라인 홍보		캐치프레이즈	
“ 상담창구 제공과 SNS 활용으로 브랜드 홍보 ”		“ 나이별, 크기별, 건강상태별 제품 개발 강조 ”	
 EXPERTTEAM	 SUIVEZ-NOUS SUR		· 반려동물의 개별 맞춤형 제품 홍보 : 나이, 크기, 건강상태, 품종에 따른 제품 추천으로 반려동물의 건강을 케어할 수 있음을 강조함 : 상대를 잘 알아야 맞춤케어가 가능하다는 점을 강조함
· 전문가 상담지원 : 전문가 팀(수의사)과의 창구를 통한 애완동물의 영양건강 상담 가능	· SNS 홍보 : 페이스북, 트위터, 유튜브, 인스타그램 활용		

출처 : Nestlé Purina PetCare(purina.com)

## 2. 경쟁사별 현황파악

### Hill's Pet Nutrition 정보

- 대표 전화 : 1-785-354-8523
- 주소 : 400 SW 8th Ave #101, Topeka, KS 66603, USA
- 출처 : Hill's Pet Nutrition (www.hillspet.com)

### 글로벌 기업 분석 : Hill's Pet Nutrition

인도네시아 현지 매장 Lotte Mart Premium, Ranch market, Hypermart 3곳을 방문한 결과, 시장 점유율 3위에 랭크된 기업임에도 불구하고 제품을 찾아볼 수 없었음. 아마존과 인도네시아 최대 온라인 쇼핑몰인 Kaskus에서도 제품의 현지 유통여부가 확인되지 않음

하지만 실제로 SNS(Social Network Media)를 통해 소비자들이 구매하고 고양이들이 섭취하는 모습이 다양하게 검색·노출되고 있어 해당 브랜드에 대한 인지도를 온라인 매체를 활용한 홍보 활동을 통해 높이고 있음

### [기업 개요]

① 설립년도	1907년
② 소재지	미국
③ 직원 수	5,000명(2013년)
④ 매출액	22억 달러(2014년)
⑤ 취급품목	개·고양이 사료



출처 : Wikipedia(en.wikipedia.org), Hill's Pet Nutrition(www.hillspet.com)

### [제품 정보]

Hill's®  
Science  
Diet®  
(인기제품순)



Hill's® Science Diet®의 시력보정용·소변 및 모구 제어·체중조절용 제품(건조 사료, 통조림 제품)

출처 : Hill's Pet Nutrition(www.hillspet.com)

### [홍보 전략]

#### 온라인 홍보

“ 애묘인들의 소통, #CrazyForCats ”

View #CrazyForCats on



This week's Kitty Cutie is very patriotic. Fellow Angelero @miyan9 also reminds us all to keep our animals inside this holiday and away from the scary boom boom boom of fireworks! #patrioticcats #catconla #crazyforcats #keepthemsafe #kittycutie

27 1,457

- SNS로 애묘인들과 소통
- 해당 브랜드 제품을 구매한 고객이나 애묘인들이 애완 고양이들의 순간순간을 사진 또는 영상으로 공유하는 공간
- 단순 일상사진과 고양이들이 사료를 먹는 사진과 영상들이 다양하게 공개
- 페이스북, 트위터, 유튜브, 인스타그램 활용

#### 캐치프레이즈

“ 건강한 먹이 제공으로 모두가 행복함을 강조 ”



- 건강한 사료를 고양이의 행복과 연결
- 건강한 먹이로 고양이의 행복을 키워줄 수 있음을 강조 (Feed her health. Grow her happiness.)
- 고객의 행복, 반려동물의 행복 뒤에는 해당 브랜드가 있음을 강조 (The Science behind happy.)

출처 : Hill's Pet Nutrition(www.hillspet.com)

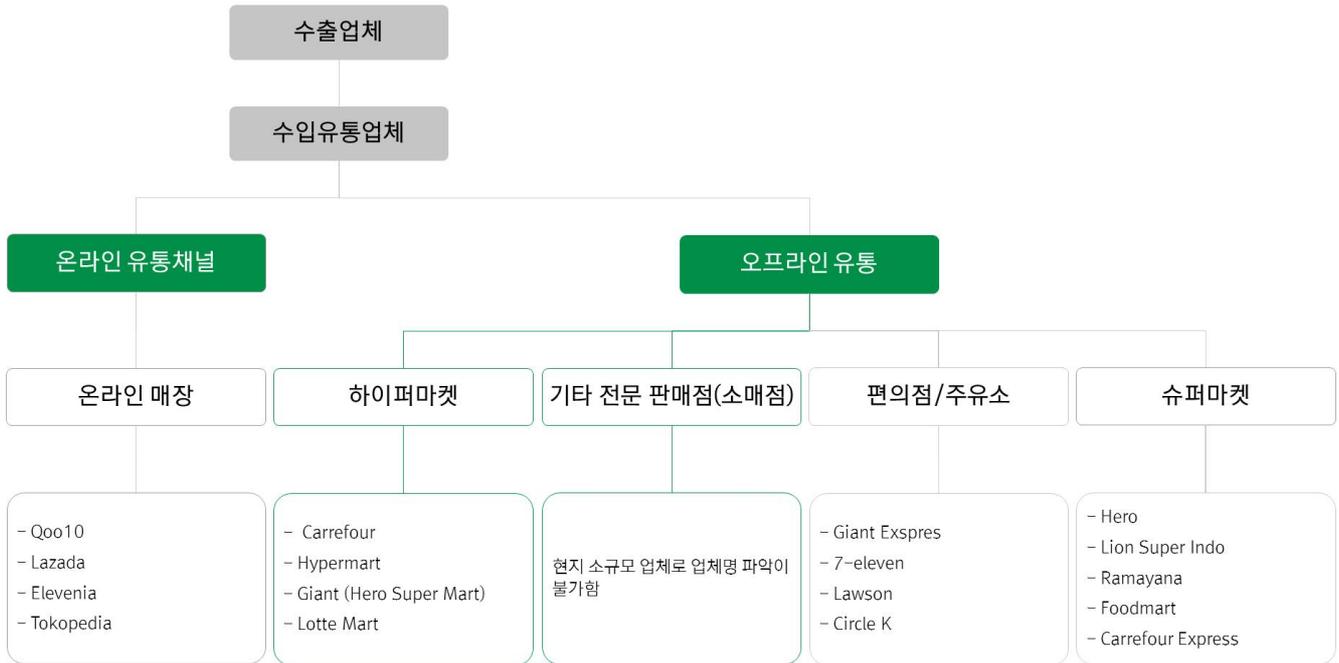
# V. 유통구조 현황

## ※ 유통구조 현황 OVERVIEW

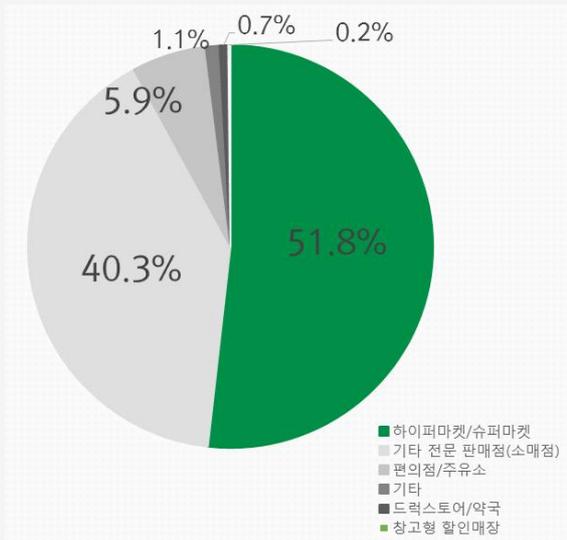
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

# 유통구조 현황 OVERVIEW

## 현지 유통구조 Map



## 현지 유통채널별 유통점유율



### 유통채널별 정의 및 특징

- **창고형 할인매장** : 일용잡화류를 다양하게 판매하는 대형 소매점임
- **편의점 & 주유소** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점으로 현대적 유통채널 중 가장 빠르게 성장하는 업태 중 하나임
- **드럭스토어 & 약국** : 뷰티용품, 간단한 식료품, 생활 잡화류를 판매하는 소매점임
- **슈퍼마켓 & 하이퍼마켓** : 일용잡화류를 판매하는 소매점으로 면적이 최소 400 ~ 5,000㎡ 이상임
- **기타 전문 판매점(소매점)** : 특정 제품만을 취급하는 전문 소매점으로 여기서는 애완용품 전문샵을 일컫음
- **기타** : 백화점, 달러스토어, 재래시장, 온라인 판매를 포함함

출처 : Global Data(2015), 'Cat care' 유통점유율 기준

## 1. 추천 진출 경로

### ROUTE #1. 하이퍼마켓

#### : 일반적으로 가장 편리한 구매경로

1998년 인도네시아에 첫 발을 내딛은 이후 하이퍼마켓은 인도네시아의 대표적인 유통 채널로 성장함. 주로 대도시의 대형 쇼핑몰 내 입점하거나 대중교통으로도 방문하기 쉬운 접근성이 뛰어난 위치에 소재하고 있어 매년 시장점유율이 상승하는 추세임

이에 따라 인도네시아의 하이퍼마켓은 다양한 소비자들의 니즈를 충족시키기 위해 도시 외곽까지 점포를 확충하고 있음. 또한 인도네시아 내 외국계 기업 및 유통업체가 다소 진출한 바 있어 소비자들이 수입제품에 대한 높은 인지도를 보이는 편임

### ROUTE #2. 기타 전문 판매점(소매점)

#### : 차별화 전략으로 기존고객 유지 및 신규고객 유치

하이퍼마켓과 미니마켓, 슈퍼마켓이 프랜차이즈 도입으로 점포수를 늘려가는 가운데 대도시와 주거지역 곳곳에 위치한 전문 판매점이 아직도 강세를 보이고 있음. 이는 기존 고객 맞춤 서비스제공과 주거지역 내 위치한 지리적 이점으로 소비자들을 공략하고 있기 때문임

하지만 해당 유통채널의 경우, 수입제품에 대한 구매력이 대형유통매장에 비해 상대적으로 빈약할 가능성이 있어 온·오프라인 채널 모두를 진행하는 유통업체와의 파트너십이 요구됨. 또한 최근 인도네시아 사람들의 경제 성장 및 중산층의 확산 등에 발맞춰 소매업체만의 고급화 전략을 통해 기존 소매점들과의 차별화 전략 수립 필요성도 대두되고 있음

### ROUTE #3. 온라인 유통채널

#### : 쇼핑방식이 바뀌는 시대 온라인 사업진출이 핵심

최근 인도네시아 소매유통업체들의 전자상거래 진출이 늘어나 온라인 매출의 잠재력이 주목할 만한 대상으로 부상함. 대도시와 시가지를 중심으로 퍼져있는 대형 유통채널 및 전문 소매유통 채널이 대도시 외곽지역과 인근 섬 지역까지 커버가 불가능하기에 온라인 쇼핑에 대한 수요가 증가추세임. 최근 들어 빠른 증가세를 보이고 있으므로 이에 맞는 물류 인프라 구축이 중요한 사안으로 떠오르고 있음

# 1. 추천 진출 경로

## 시장 점유율 및 성장률

Global Data에 따르면 2015년 기준 인도네시아 애완동물 식품 및 관련 용품 시장 점유율은 슈퍼마켓·하이퍼마켓이 51.1%, 기타 전문판매점 40.3%, 편의점 및 주유소가 5.9%를 기록함. 시장성장률의 경우 인도네시아 애완동물 식품 및 관련 용품의 2013년부터 2015년까지 유통채널 성장률은 전문판매점이 -8.1%, 편의점과 하이퍼마켓이 -7.9%를 기록함

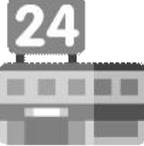
## 제품 컨셉

인도네시아 소비자들의 소득 수준과 소비 수준이 향상되면서 수입 제품 수요가 전반적으로 증가하고 있는 추세임. 이에 따라 대형 하이퍼마켓은 수입 제품 섹션을 따로 운영하기도 함. 편의점의 경우 간편한 제품을 위주로 취급하기에 적절하지 않으며 전문 소매점에서는 중·저가 제품부터 시작하여 고급 제품들이 다양하게 많이 거래되고 있음

## 한국산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓에서 상당수 미국산·태국산 수입 제품이 유통되고 있었으며, 한국산 제품은 찾아볼 수 없었음. 백화점의 경우 유통되고 있는 경우를 확인할 수 없었으나, 애완동물 전문점에서는 한국산 브랜드 제품을 적게나마 취급하고 있었음. 특히 한국산이 아닌 수입 제품 취급 비율이 높은 편임을 확인함. 또한 온라인 조사를 통해 인도네시아 애완동물 관련 용품에 대해 편의점이 약 5.9%의 점유율을 보이고 있는 것으로 드러났으나 실제로 온라인상에서 편의점에 유통 중인 제품을 발견하지 못함

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

 슈퍼마켓·하이퍼마켓	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	시장 성장률	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지 2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	<input checked="" type="checkbox"/>
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		수입식품 선호, 저가가격방침	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 애완동물 사료 취급 유무	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
 애완동물 전문 Shop	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	시장 성장률	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지 2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	<input type="checkbox"/>
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		수입식품 선호, 중·저·고가가격방침	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 애완동물 사료 취급 유무	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
 편의점·주유소	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	시장 성장률	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지 2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	<input type="checkbox"/>
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		편의성, 소형제품 취급	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 진출가능성	동종제품취급여부		애완동물 관련 제품 취급 유무	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# 1. 추천 진출 경로

## 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓인 것으로 분석됨. 애완동물 제품 전문판매점의 경우 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 대비 시장 규모가 작고 한국제품 취급 비중도 낮은 편임. 편의점의 경우 시장규모, 제품 컨셉, 한국제품 취급여부가 타 유통채널대비 부적절함

슈퍼마켓과 하이퍼마켓의 경우 전체 애완동물 관련 용품의 유통 비중 약 50% 이상을 차지하고 있으며 약 10% 미만의 마이너스 시장 성장률을 유지하고 있지만 인도네시아 내 시장이 크게 형성되어 있어 향후 전망이 개선될 것으로 보임. 소득 수준이 높아짐에 따라 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 수입 제품 섹션을 따로 운영하고 있어 수입산 제품 취급비율이 높다는 점도 진출 가능성이 높은 요인으로 자리매김함

하지만 대형 하이퍼마켓·슈퍼마켓의 경우, 전문 벤더 또는 품목별 전문 공급업체와의 파트너쉽으로 입점이 이루어지기 때문에 난이도가 높은 편임. 이에 프리미엄급의 제품으로 입점을 고려하고 있다면 애완동물 전문숍 또는 온라인 채널로의 진출을 우선 고려해보는 것도 좋을 것으로 사료됨

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



## 2. 전문가 인터뷰

### 인터뷰 대상 및 일시

애완동물 식품 및 관련 제품 취급  
바이어, 애완동물 제품 유통업체  
대상 인터뷰 진행

(2017년 4월)

- 애완동물 식품 및 관련 제품  
취급 바이어
- 애완동물 제품 유통업체

### Q1. 현재 취급하고 있는 제품은?

“고양이·개 사료와 애완동물 용품을 취급하고 있다. 한국 Iskhan 회사의 제품 독점 유통업체로서 취급 제품의 대부분이 한국산이다. 이외에도 독일, 뉴질랜드, 일본 등지에서 수입한 사료를 취급하고 있다.”

- 애완동물 사료 전문 온라인 유통업체 Easy&Bestbuy  
온라인 소비자 상담 담당자 Ms. Citra와의 인터뷰 중, 2017.04

“애완동물 식품, 보충제, 장난감, 용품 등 다양한 제품을 취급하고 있다. 애완동물 제품을 판매하는 소매점을 운영하며 애완동물 케어 서비스도 진행하기에 수영장 및 미용시설 이용 시 필요한 관련 제품도 판매하고 있다.”

- 애완동물 제품 전문 유통업체 Pet Shop Kita Jl.  
담당자 Ms. Mae와의 인터뷰 중, 2017.04

“다른 국가 제품 대비 가격이 비싸지만 품질 면에서 월등히 뛰어난 뉴질랜드산 사료 제품을 선호한다. 이에 취급 제품의 대부분이 뉴질랜드의 Addiction Foods와 Wishbone Pet Food 브랜드 제품이다.”

- 애완동물 사료 유통업체 Raja Petshop  
마케팅 담당자 Mr. Angga와의 인터뷰 중, 2017.04

### Q2. 제품의 주요 납품처는 어디인가?

“일반 소비자들을 대상으로 사료를 직접 판매하고 있다. 따로 전문 매장을 운영하지 않고 집에서 제품을 진열하여 고객들의 주문에 따라 온라인 판매 중이다.”

- 애완동물 제품 유통업체 Petshop Murah  
담당자 Ms. Yuliani과의 인터뷰 중, 2017.04

“한국, 독일, 뉴질랜드, 일본에서 수입한 제품을 온라인을 통해서만 판매 중이다. 인도네시아 고객뿐만 아니라 해외 고객들을 대상으로도 판매하고 있다.”

- 애완동물 사료 전문 온라인 유통업체 Easy&Bestbuy  
온라인 소비자 상담 담당자 Ms. Citra과의 인터뷰 중, 2017.04



# VI. 유통업체 현황

## ※ 유통업체 현황 OVERVIEW

### 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

# 유통업체 현황 OVERVIEW



		Lotte Mart Supermarket 슈퍼마켓 (한국)	Ranch Market 하이퍼마켓 (인도네시아)	Hypermart 하이퍼마켓 (인도네시아)
유통업체 개요	설립년도	1998년	1997년	2001년
	직원 수	199명(2011년)	762명(2014년)	12,564 명(2013년)
	매출액	2억 2,695만 3,546 달러 (2016년)	2조 600억 달러	14만 2,679 달러(2013년)
	점포 수	46개(2016년)	13개(2017년)	222개(2013년)
	취급품목	식료품, 애완동물 사료 등	식료품, 애완동물 사료 등	식료품, 애완동물 사료 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2016년 12월 기준, 인도네시아 내 46개 점포 보유</li> <li>- 기존 및 신규매장을 대상으로 차별화, 고급화 전략을 펼쳐 넓은 범위의 고객층을 공략할 계획임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 인도네시아 내 ISO 22000, HACCP 9000 인증 취득 유일기업</li> <li>- 고객만족 극대화를 위해 엄격한 제품 검열 프로세스 적용함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· MAPP의 매장에서 쇼핑 때 필요한 Hi Card</li> <li>- 멤버십 카드 소유 고객, 회원 한정 특별 서비스 수혜가능함</li> </ul>
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 신한카드 결제 시 결제액의 5% 포인트 적립</li> <li>- 인도네시아에 진출한 신한은행이 한국 기업들과 제휴하여 금년 2월부터 해당 서비스를 제공함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 매주 “금주의 레시피” 공개</li> <li>- 간단한 레시피와 해당 업체해서 모두 구할 수 있는 재료로 요리 콘텐츠 제공함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한 단계 성장을 위한 성장전략 수립</li> <li>- 5가지 목표 : 신규 사업구성 개발, 네트워크 확장, 리모델링, 지속가능경영 증시, 신규 채널개발</li> </ul>

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Lotte Mart Supermarket(롯데마트 슈퍼마켓)

Lotte Mart Supermarket(롯데마트 슈퍼마켓)은 한국 기업으로 인도네시아 진출하여 가파르게 성장하고 있는 유통업체임. 인도네시아에서는 다소 생소한 백화점의 느낌을 대형 유통매장이 내고 있어 현지 소비자들의 이목을 끌었음. 주로 저가형 이미지를 구사하고 있던 기존 유통업체들과 달리 차별화 전략에 성공하여 인도네시아 진출을 성공적으로 이끌었음

표 6.1 : Lotte Mart Supermarket 매장 정보

기업 정보	컨셉	고급화 전략으로 인도네시아 시장 점유 비중 증가세
	본사 주소	Jalan Lingkar Luar Selatan No. 6 Ciracas, Jakarta Timur, Indonesia
	대표 전화	+62-21-718-2889
주요 판매품목		식료품, 수입식품, 한국식품 등
매장 전경	 	
매장 이슈	<p><b>2016년 12월 기준, 인도네시아 내 46개 점포 열어</b></p> <p>연합뉴스에 따르면 2016년 12월 말 기준 롯데마트는 총 46개 점포를 운영하게 되었다고 전함. 이로써 인도네시아에서 롯데마트는 Lotte Mart Wholesale 매장 28개와 Lotte Mart Supermarket 2개, Lotte Mart Hypermarket의 16번째 매장이 운영될 예정임. 기존 및 신규 매장을 대상으로 차별화 고급화한 매장을 선보여 더 넓은 범위의 고객층을 공략하겠다는 포부를 밝힘</p>	
프로모션 전략	<p><b>신한카드 결제 시 결제액의 5%를 포인트로</b></p> <p>인도네시아에 진출한 한국계 은행은 우리은행, 하나은행, 신한은행이 있음. 그 중 신한은행은 금년 2월 한국 기업들과 제휴하여 Shinhan Hi-Cash Card로 결제 시 결제액 5%를 포인트 적립하는 서비스를 제공함. 제휴기업으로는 삼성전자, 롯데마트, 뚜레쥬르 등이 있음</p>	
고양이 사료 판매현황	 	

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart Supermarket, 2017.04), Lotte Mart Supermarket(www.lottemart.co.id/supermarket)

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Ranch Market(랜치마켓)

Ranch Market(랜치마켓)은 UN이 설립한 전략정책구상인 Global Compact Network의 회원인 인도네시아의 유일한 슈퍼마켓임. 인도네시아 전역을 대상으로 전국 12개 매장이 자리하고 있으며 주요 지점은 현지 방문 매장인 그랜드 인도네시아의 동쪽 쇼핑몰 내 위치하고 있음

표 6.2 : Ranch Market 매장 정보

기업 정보	컨셉	신선한 식재료 공급에 주력
	대표 주소	Grand Indonesia Shopping Town East Mall Lantai LG, Jl. M. H. Thamrin No. 1, Menteng, RT.1/RW.5, Menteng, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10310 Indonesia
	대표 전화	+62-21-2358-1199
주요 판매품목		전반적인 식음료 제품(신선, 건조, 가공, 수입 등)
매장 전경	 	
매장 이슈	<p><b>인도네시아 내 ISO 22000<sup>8</sup>, HACCP 9000<sup>9</sup>. 인증 취득 유일기업</b></p> <p>Ranch Market(랜치마켓)은 인도네시아 유통업체들 중 식품 관련 ISO 22000를 보유하고 있으며 유일하게 HACCP 9000 인증을 취득한 신선식품 체인 소매유통업체로 자리매김함. 해당 매장을 방문하는 모든 고객의 만족도를 극대화시키기 위해 엄격하고 까다로운 제품 검열 프로세스를 도입·적용하고 있다고 홍보 중임</p>	
프로모션 전략	<p><b>매주 “금주의 레시피” 공개</b></p> <p>Ranch Market(랜치마켓)에서는 누구나 참가가 가능한 요리 공모전을 주기적으로 개최하여 수상한 레시피를 해당사 홈페이지를 통해 매주 차례로 공개하고 있음. 모든 식재료가 Ranch Market에서 구매가 가능하며 수입식품도 다양하게 취급하고 있는 해당 소매업체의 특성상 간단한 레시피로 여러 나라 음식을 만들 수 있는 콘텐츠를 제공하기에 사람들의 호응도가 높다고 전함</p>	
고양이 사료 판매현황	 	

출처 : 현지방문조사(Ranch Market, 2017.04), Ranch Market(www.ranchmarket.co.id)

- 8. 식품안전경영시스템으로 식품 공급사슬 전반에 걸쳐 식품안전을 보장하기 위한 국제 규격으로 품질경영시스템인 ISO 9001과 식품유해요소중점관리 기준인 HACCP가 포함되어 있음
- 9. 국제식품위생관리시스템인 HACCP방식과 품질보증시스템인 ISO 9002를 조합한 시스템임

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Hypermart(하이퍼마트)

인도네시아 로컬 기업으로 Matahari Putra Prima 회사가 소유하고 있으며, 현재 인도네시아에서 73개 이상 도시에서 299개의 매장을 운영하고 있음. Hypermart는 2016년 MPPA(Matahari Putra Prima Tbk의 약칭)에 낸 이익 중 76.8%를 기여했으며, 중산층 고객을 대상으로 활발하게 영업을 진행함. 현재 Jakarta, Kalimantan, Sulawesi, East Indonesia, Java와 Sumatra에서 매장을 운영하고 있음

표 6.3 : Hypermart 매장 정보

기업 정보	컨셉	어디에서라도 찾을 수 있는 종합 대형 유통매장	
	대표 주소	Sztic Square No. 69, Nonglin Road Shenzhen, Guangdong, 518000	
	대표 전화	+86-21-3878-4500	
주요 판매품목		식품 및 음주류, 생활용품	
매장전경			
매장 이슈		<p><b>MAPP<sup>10</sup>의 매장에서 쇼핑할 때 필요한 것 : Hi Card</b></p> <p>Hypermart는 고객 충성도를 올리기 위한 목적의 일환으로 Hi Card라는 멤버십 카드를 활용하고 있음. 멤버십 카드를 소유한 고객은 매장에 5~15%의 할인 혜택을 누릴 수 있으며, 이외에도 Hi Card를 사용하는 매장 및 레스토랑에서 회원한정 특별 서비스를 받을 수 있다고 홍보함. MPPA에서는 2016년 기준 매일 4,300만 명의 고객들이 Hi Card를 사용하고 있다고 전함</p>	
프로모션 전략		<p><b>5가지 MPPA의 성장전략 강조</b></p> <p>2016년 MPPA는 성장전략으로 신규 사업구성 개발, 네트워크 확장, 리모델링, 지속가능경영 증시 및 신규 채널개발이라는 5가지 목표를 채택함. 신규 사업구성 개발은 프리미엄 매장 런칭 및 기존 특화 매장에 새로운 경영방식을 덧입히는 것임. 네트워크 확장은 인도네시아 내 미진출 지역에 신규 매장을 오픈하는 것이며, 리모델링은 5년 이상 된 60개 매장을 리뉴얼하는 것임. 지속가능경영은 물류 운영 네트워크를 확장하고, 직수입 및 자사 브랜드 제품의 수익비중을 전체 판매 수익의 5~10%까지 끌어올리는 것이 목표임</p>	
고양이 사료 판매현황			

출처 : 현지방문조사(Hypermart, 2017.04), Hypermart(www.hypermart.co.id)

10. Matahari Putra Prima Tbk의 줄임말로 Hypermart의 모기업을 지칭함

# Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

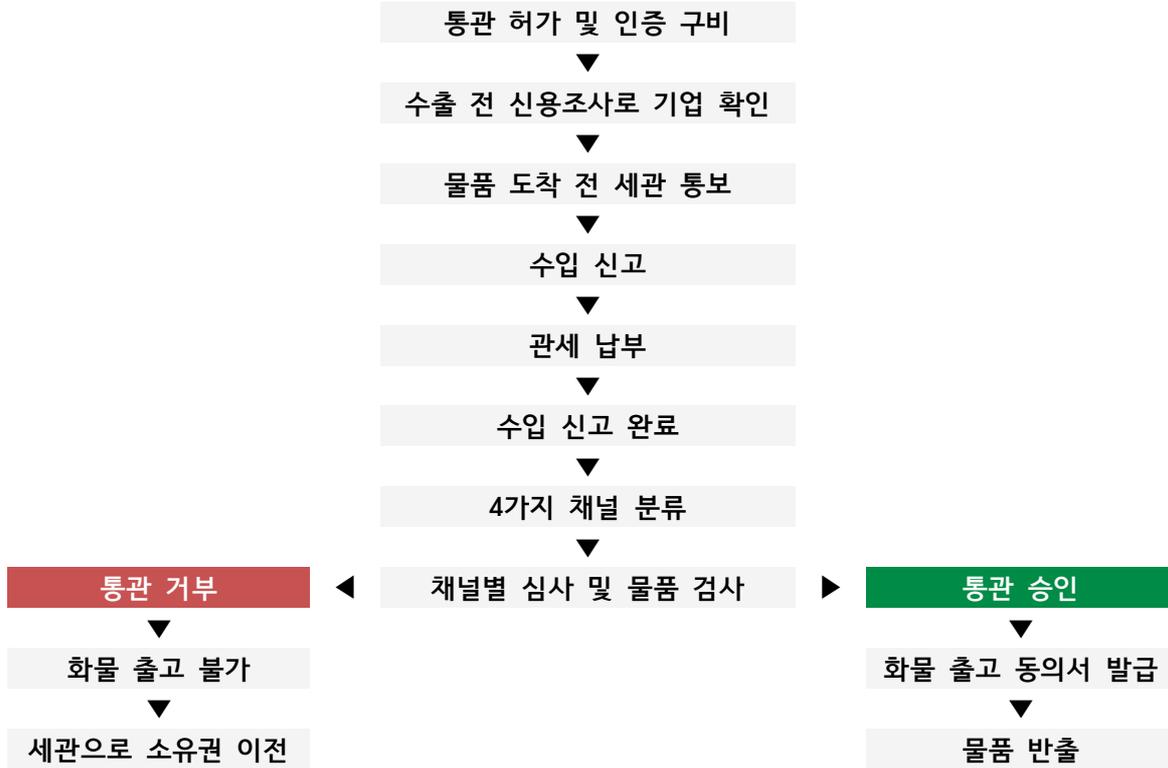
※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 유의사항

※ 인도네시아는 통관거부사례를 공개하지 않아 해당 정보는 제외하였음

# 통관 및 검역절차 OVERVIEW

## 인도네시아 통관 검역 절차도



출처 : TradeNAVI(tradenavi.or.kr)

## 통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
물품 도착 및 수입 신고 전 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입자의 경우 사전에 수입물품 통관을 위한 허가 및 인증 구비 필요<sup>11</sup>.</li> <li>- 물품 도착 24시간 내 세관 통보</li> </ul>
관세 납부 및 수입신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입신고서 작성 후 세관에 관세 및 조세 납부 필요</li> <li>- EDI(Electronic Data Interchange)를 통해 수입신고서 세관 전송<sup>12</sup>.</li> <li>- 관세액 산정 기준 : CIF<sup>13</sup>(Cost Insurance and Freight) 금액</li> </ul>
물품 검사 및 통관심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입 신고 완료 화물은 위험도에 따라 4가지 채널로 분류 및 통관심사 진행</li> <li>- 수입자의 신용과 통관을 진행하는 물품에 따라 채널 분류</li> </ul>
심사 완료 및 물품 반출	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 물품에 이상이 없을 시 통관 승인 완료, 화물 출고 동의서 발급</li> <li>- 최대 2개월의 통관 기간 동안 세관 내 임시 창고 등에 물품 보관</li> <li>- 화물출고동의서를 창고에 제출 후 물품 반출이 가능</li> </ul>

출처 : TradeNAVI(tradenavi.or.kr)

11. 사전 필수 구비 사항에는 관세청 등록증(NIK), 세적 등록(NPWP)와 제조업 수입허가서(API-P), 무역업 수입허가서(API-U)가 있으며 SNI(Standard National Indonesia) 강제표준인증 대상품목일 경우 한국에서 사전 준비가 필요함

12. 세관에 따라 EDI·종이서류·전자서류 방식으로 통관 진행하므로 사전에 신고 방식 확인이 필수

13. CIF(Cost, Insurance and Freight) : 운송비, 보험료 포함 운송조건

# 관세율 정보 OVERVIEW

## 2015년 인도네시아 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본	FTA 협정세율
2309	조제 동물 사료	-	-
2309.10	개 또는 고양이용 사료(소매용으로 한정함)	-	-
2309.10.1000	함유하는 고기	5%	NT <sup>14</sup> .
2309.10.9000	기타	5%	NT

## 인도네시아 부가가치세 정보

인도네시아에서 HS CODE 2309류의 경우 부가세 **10%**가 부과되고 있음

## 인도네시아 FTA 세율 정보

양허유형 'NT(일반품목군)'에 해당되어 **관세부담 없음**

## TIP\_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 'TradeNavi(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 인도네시아 사이트의 경우 인도네시아 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	Tradenavi	www.tradenavi.or.kr
	인도네시아 관세청	www.beacukai.go.id

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA 콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

14. 민감·초민감품목에 해당하지 아니하는 일반품목에 대하여는 각 국의 계획에 따라 최혜국 실행관세를 점진적으로 인하 또는 철폐함

# 1. 통관 및 검역절차

## Step 01. 물품 도착 및 수입 신고 전 준비

인도네시아 관세지역으로 제품을 실은 운송수단이 진입하기 최소 24시간 전, 운송사는 세관에 운송수단의 도착예정을 통보해야 함. 관세 항구에 도착 시 수입업자는 세관신고서를 작성 및 제출해야함. 한·아세안 FTA 세율 적용을 위해 원산지증명서도 필수적으로 필요함. 인도네시아 수입 통관 시 필수 구비서류는 다음과 같음

- 사업자 등록증(SIUO)
- 관세청등록번호(NIK)
- 세적 등록(NPWP)
- 제조업 수입허가서(API-P)
- 무역업 수입허가서(API-U)
- 원산지 증명서(C/O)

또한, 이 시기에는 수입업자가 인도네시아의 국가의약식품관리청 BPOM (Badan Pengawas Obatdan Makanan)에 제품 등록 절차를 거쳐야하며 필요한 인증<sup>15</sup>을 모두 검토하게 됨. 인도네시아의 소비자보호법에 근거하여 모든 수입제품은 통관이전 해당기관에 BPOM등록 완료 및 해당 스티커를 발급받아 부착해야 함. 등록되지 않은 제품을 취급·유통하는 수입업자의 경우 소비자보호법 위반으로 벌금이 부과됨

## Step 02. 관세 납부 및 수입신고

수입신고서를 제출한 후에는 외국환 은행 또는 세관을 통해 관세 및 부가가치세, 법인세 등을 납부하여야 함. 일반적으로 EDI(Electronic Data Interchange)를 통해 수입신고서를 세관으로 전송해야 하며 세관에 따라 EDI, 종이서류, 전자서류 제출 방식 등 상이하므로 사전에 해당 세관의 신고 방식 확인이 필수임

수입신고 시 구비서류는 하기와 같음

- 수입신고서
- 선하증권
- 상업송장
- 포장명세서
- 원산지 증명서

15. SNI(Standard National Indonesia) 강제표준인증 대상품목의 경우 수출국인 한국에서 사전 준비가 필요함

# 1. 통관 및 검역절차

## Step 03. 물품 검사 및 통관 심사

제출된 서류와 증빙자료를 바탕으로 검토 후 수입 신고가 완료된 화물은 위험도에 따라 4개의 채널로 분류되어 통관심사가 진행됨. 이때 채널 분류의 기준은 수입업자의 신용과 재정, 통관을 진행하는 물품에 따라서 상이함. 관세청이 승인을 하면 수입제품의 인도가 이루어지지만 관세청 직원의 판단에 따라 실물조사가 이루어질 때도 있음

## Step 04. 심사 완료 및 물품 반출

채널링 시스템<sup>16</sup>에 의해 물품에 이상이 없다는 판정을 받으면, 통관 심사 및 승인이 완료되며 화물 출고 동의서를 발급받을 수 있음. 최대 2개월의 통관 기간 동안 세관 내 임시 창고 등에 물품 보관이 가능하나 지정기간 내 통관 승인이 되지 못한 제품은 세관에 소유권이 넘어갈 수 있음. 폐기, 재수출, 경매 등을 결정하여 판매할 수 있는 권리를 소유하게 됨

표 7.1 : 인도네시아의 통관채널 분류<sup>17</sup>.

통관채널	지정기준	서류심사	물품검사	소요기간
Red Channel (고위험)	신규 및 고위험 품목 수입업자 고위험 신용 보유자	○	○	관세 납부 후 통상 5 ~ 7일 이내 통관
Yellow Channel (위험)	Red Channel 지정 후 1년 간 관세법규 위반 사실 無	○	X	관세 납부 후 통상 3 ~ 4일 이내 통관
Green (우수)	Yellow Channel 지정 후 3개월 간 관세법규 위반 사실 無	○	X	관세 납부 후 12시간 이내 통관 완료
MITA Channel <sup>18</sup> . (최우수)	신용 및 재정이 매우 우수한 수입업자	X	X	관세는 사후 납부

출처 : 인도네시아 관세청(www.beacukai.go.id)

- 16. 인도네시아의 통관채널을 4가지로 분류하여 통관 및 검역을 실시하는 제도임
- 17. 인도네시아 관세당국에서 채널 분류시 최우선 고려요인은 신용도임
- 18. 관세 유예의 여부로 Priority Channel 업체와 Non Priority Channel 업체로 구분됨

## 2. 관세율 정보

### 고양이용 사료, 협정 관세율 적용되어 관세부담 無

참여기업의 ‘고양이용 사료(소매용)’은 인도네시아에서 HS CODE<sup>19</sup>. 2309.10(개 또는 고양이용 사료(소매용))으로 분류되며, 상위코드인 HS CODE 2309(사료용 조제품)에 정확히 일치함

인도네시아에서 HS CODE 2309.10.1000 및 2309.10.2000에 부과하는 기본세율은 5%로 한국 제품에 대해 한·아세안 FTA 협정에서는 일반품목군(NT)에 해당되며 협정세율을 적용 받아 관세부담이 사라짐

### 인도네시아, 일반적으로 부가세 10% 부과

인도네시아에서 대부분의 품목에 10%의 부가가치세과 부과됨. 이에 인도네시아는 HS CODE 2309류에 해당하는 조제 동물사료에 대해 내국세로 부가가치세 10% 부과하고 있음. 이외에도 2.5%의 법인세가 추가 부과되나 법인세 납부 시 공제 또는 환급이 가능함

표 7.2 : 인도네시아 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2309	사료용 조제품	-
	2309.10	개나 고양이용 사료(소매용으로 한정함)	-
	2309.10.1000	개사료	5%
	2309.10.2000	고양이 사료	5%
	2309.90	기타	-
	2309.90.10	배합사료	-
인도네시아	2309	조제 동물사료	-
	2309.10	개 또는 고양이용 사료(소매용으로 한정함)	-
	2309.10.1000	함유하는 고기	5%
	2309.10.9000	기타	5%

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr)

19. 실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈 페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음

### 3. FTA 정보

#### HS CODE 2309.10, 한·아세안 FTA 체결로 협정세율 0%

수입 관세는 CIF Value×수입 관세율에 의해 결정됨. 인도네시아 무역정보 포털(INTR)에 의하면, HS CODE 2309는 한·아세안 FTA 체결 혜택을 받을 수 있는 것으로 파악됨. 한·아세안 FTA의 경우 2010년까지 일반품목군<sup>20</sup>에 포함된 제품에 대한 관세철폐에 합의하였기에 2016년 현재 최종적으로 완전 철폐되어 0%임

#### FTA 세율 적용을 위해서는 원산지 증명서 발급 필요

원산지증명서란 물품을 생산한 나라 또는 물품의 국적을 의미하는 원산지를 증명하는 문서로 수출물품이 우리나라에서 재배·사육·제조·가공된 것임을 증명함. 협정별 원산지결정기준을 충족하고 협정에서 정한 원산지 증명서를 구비해야 상대국에서 FTA 세율 적용이 가능함

한·아세안 FTA의 경우 한국에서는 원산지증명서를 세관, 대한상공회의소<sup>21</sup>에서 원산지증명서를 발급함. 관세청에서는 수출기업의 경쟁력 제고를 위해 온라인으로 즉시 발급이 가능하도록 절차를 전산화함

표 7.3 : 한·아세안 FTA 원산지 증명서 온라인 발급 절차



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

20. 한·아세안 FTA의 양허 유형은 일반품목군과 민감품목군으로 나뉘며, 민감품목군은 다시 일반민감품목군과 초민감품목으로 구분됨. 해당 양허유형에 따라 관세 철폐 및 인가가 시행됨

21. 단, 상공회의소에서 발급받는다면 건당 7,000원의 발급 수수료가 부과되고 있으나 상공회의소 회원사인 경우 발급건수 한도 내 수수료 면제됨

## 4. 통관 및 검역 유의사항

### 인도네시아 통관, 사전 준비가 관건

인도네시아는 수입 통관 및 검역을 위한 사전 준비 절차가 전체 절차에 있어 큰 비중을 차지함

사전납부, 라벨 부착 대상 제품에는 인도네시아어 라벨 부착이 필수적이므로 은행 및 세관 등을 통해 세금 납부가 우선임. 추후 수입신고가 진행되어야 하며 수입업자가 수입을 위해서는 수입허가, 관세청 등록 관련 규정에 따라 통관절차에 필요한 필수 구비서류 준비가 필요함

또한, 신고방식에 있어 전자신고방식이 가능한 세관과 불가능한 세관이 있으므로 수입신고 전 사전 확인이 선행되어야 함

특히 “선 통관 사후심사 원칙” 제도가 있기 때문에 수입신고 후에 물품이 반출되었다 하더라도 모든 행정절차가 완벽히 종료되었다고 볼 수 없으므로 완료시점까지 지속적인 모니터링이 필요함

#### Interview Info

“최근까지 개·고양이 사료 통관 및 검역에 대해 제정된 법령이 없어 특별한 사항은 없다. 인도네시아에서 반려동물을 위한 소비지출과 수입산 제품의 호황을 예상하지 못했고 이전까지 반려동물의 먹거리에 대해 크게 주의를 기울이지 않아 공식적인 규칙이 존재하지 않는다.”

- 인도네시아 농림부 산하 가축보건과  
담당자와의 인터뷰 중, 2017. 04

표 7.4 : 인도네시아 수입 가능 항구

항구명	수입 품목
Belawan(Medan)	제한 없음
Tanjung Priok(Jakarta)	제한 없음
Tanjung Emas(Semarang)	제한 없음
Tanjung Perak(Surabaya)	제한 없음
Soekarno Hatta(Makassar)	제한 없음
Dumai(Dumai)	식·음료만 가능
Jayapura(Jayapura)	식·음료만 가능
Tarakan(Tarakan)	식·음료만 가능

출처 : 한국무역협회 국가정보(2015)

# VIII. 인증 정보

## ※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 인증 취득제품
3. 제출서류
4. 전문가 인터뷰

# 인증 정보 OVERVIEW

## 필수승인 : MOA 승인(인도네시아 농림부)

승인 설명	동물 기반 식품인 사료의 경우 생산 시설에 대해 인도네시아 수입 전 농림부 산하 기관의 승인을 받아야함	
발행기관	인도네시아 농림부 산하 가축 및 동물 보건기관	
성격	필수 승인	
제출서류	생산공정인증서, 원산지증명서, 분석증명서, 수의보건증명서	
발급절차	제출서류 접수 > 승인 심사 > MOA 승인	

출처 : 인도네시아 사료 제품 인증대행사 Control Union 인터뷰

## 권장인증 : HACCP(식품안전관리인증기준)

인증 설명	위해 방지를 위한 사전 예방적 식품안전 관리체계로서 식품의 원재료부터 제조·가공·보존·유통·조리단계를 거쳐 최종소비자 섭취 전까지 각 단계를 관리하는 인증임	
발행기관	한국식품안전관리인증원	
성격	선택 인증	
제출서류	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업등록증, 사업자등록증	
비용	인증수수료 20만원, 변경수수료 10만원	
소요기간	인증 40일, 변경 15일 소요	
발급절차	서류 제출 > 서류 심사 > 현지확인 및 심사 > 판정 > 인증서 발급	

출처 : 한국식품안전관리인증원(www.ihaccp.or.kr)

## 권장인증 : HACCP(식품안전관리인증기준)

인증 설명	이슬람 율법에 맞게 생산 및 가공된 식품만을 할랄 식품으로 선언함. 인도네시아 시장에 진출하기 위한 필수 조건은 아니지만, 인도네시아 인구 대부분이 무슬림인 관계로 취득을 권장함	
발행기관	민간기관인 MUI에서 인증획득이 가능하며, 2019년부터는 정부기관인 BPJPH에서 수행할 예정임	
성격	선택 인증(추후 필수로 전환될 예정)	
제출서류	원재료와 성분 분석표, 생산 공정 설명서, 영업 신고서, GMP, ISO, HACCP 등의 인증서 사본	
비용	총 411.54 ~ 453.97달러 가량	
소요기간	최소 2개월 ~ 최대 1년	
갱신기간	4년(연 1회 공장 심사 실시, 만료 3개월 전 갱신 신청 필요)	

출처 : 한국식품연구원, '인도네시아(LPPOM-MUI) 할랄 인증 절차, 2015.12, 해외인증정보시스템(certinfo.or.kr)

# 1. 인증 취득정보

## MOA 승인 허가기관

기관명 : 인도네시아 농림부 산하  
가축 및 동물 보건기관

(MOA, Livestock and Animal  
Health)

담당업무 : 사료 생산시설에 대한 승인  
허가 업무

관련부서 : 가축 및 동물 보건기관

## 필수승인 : MOA 승인(인도네시아 농림부)

인도네시아에서 동물 기반 식품인 사료의 경우 별도의 필수 인증은 없지만 인도네시아 농림부의 산하기관인 가축 및 동물 보건기관에서 승인을 받아야하는 것으로 확인됨. 승인 허가를 위해 해당 생산업체에서 생산공정인증서, 원산지 증명서, 분석증명서, 수의보건증명서 등을 구비하여 제출해야함

## HACCP 인증 발급기관

기관명 : 한국식품안전관리인증원

주소 : 충북 청주시 오송생명3로 31  
두산위브센터5층

전화번호 : +82-1599-1102

담당업무 : 심사접수, HACCP인증  
심사업무

## 권장인증 : HACCP(식품안전관리인증기준)

한국에서 식품이 안전하게 생산되었음을 인정하여 해당 제조품목 및 제조업체에 한해 부여되는 마크로 선택적으로 획득하는 인증의 하나임. 신청서와 식품안전관리인증계획서<sup>22</sup>를 작성하여 신청시 함께 제출해야 함. 서류 검토, 현장 심사 등에 대한 심사가 진행되고 나면 적합·부적합 판정여부가 결정되면 해당 인증마크 부착이 가능함

### 표 8.1 : HACCP 인증 발급절차

#### STEP 01. HACCP 인증 신청서 제출

- HACCP 인증 신청서
- HACCP 관리계획서

#### STEP 02. 접수 및 서류 검토

- 한국식품안전관리인증원에서 신청업체가 제출한 서류 검토서류심사 진행

#### STEP 03. 현지 확인 및 평가

- 서류 통과 기업에 대해 현장조사 진행
- HACCP 실시 상황을 평가

#### STEP 04. 판정 및 결재

- 서류 검토 및 현장 평가 완료 후 적합·부적합 심사에 따라 인증서 발급여부 결정

#### STEP 04. QS 인증서 발급

- 심사 결과에 따라 HACCP 적용 생산업체에 인증서 발급

출처 : 한국식품안전관리인증원(www.ihaccp.or.kr)

22. 식품위생법 제 48조 제1항에 따라 작성한 적용대상 식품별 식품안전관리인증계획서로 중요관리점의 한계 기준, 모니터링 방법, 개선조치 및 검증방법을 기술한 자체 계획서임

## 2. 인증 취득제품

### 권장인증 : 할랄인증

한국에서 식품이 안전하게 생산되었음을 인정하여 해당 제조품목 및 제조업체에 한해 부여되는 마크로 선택적으로 획득하는 인증의 하나임. 신청서와 식품안전관리인증계획서<sup>23</sup>를 작성하여 신청시 함께 제출해야 함. 서류 검토, 현장 심사 등에 대한 심사가 진행되고 나면 적합·부적합 판정여부가 결정되면 해당 인증마크 부착이 가능함

### 현지조사 결과, 할랄 인증 제품 1가지만 발견

인도네시아 시장에서 수입산 제품의 높은 점유율로 인해 현지 생산업체의 제품이 거의 유통되지 않고 있는 것으로 확인됨

표 8.2 : 인도네시아 고양이 사료 인증 취득제품

인증 취득제품 정보		취득 인증 <sup>24</sup>	제품 이미지
제품명	Whiskas Chicken & Tuna		
기업	Mars, Incorporated		
원산지	Thailand		
가격	0.45 달러		
용량	85g		
제품명	Whiskas Junior		
기업	Mars, Incorporated		
원산지	Thailand		
가격	0.45 달러		
용량	85g		

표 8.3 : 할랄인증 정보

인증설명	이슬람 율법에 맞게 생산 및 가공된 식품만을 할랄 식품으로 선언함. 인도네시아 시장에 진출하기 위한 필수 조건은 아니지만, 인도네시아 인구 대부분이 무슬림인 관계로 취득을 권장함	
발행기관	민간기관인 MUI에서 인증획득이 가능하며, 2019년부터는 정부기관인 BPJPH에서 수행할 예정임	
성격	선택 인증(추후 필수로 전환될 예정)	
제출서류	원재료와 성분 분석표, 생산 공정 설명서, 영업 신고서, GMP, ISO, HACCP 등의 인증서 사본	
비용	총 411.54 ~ 453.97달러 가량	
소요기간	최소 2개월 ~ 최대 1년	
갱신기간	4년(연 1회 공장 심사 실시, 만료 3개월 전 갱신 신청 필요)	

출처 : 한국식품연구원, '인도네시아(LPPOM-MUI) 할랄 인증 절차, 2015.12, 해외인증정보시스템(certinfo.or.kr)

23. 식품위생법 제 48조 제1항에 따라 작성한 적용대상 식품별 식품안전관리인증계획서로 중요관리점의 한계 기준, 모니터링 방법, 개선조치 및 검증방법을 기술한 자체 계획서임

24. 해당 취득 인증의 경우, 할랄 인증임. 다만, 할랄 인증의 종류가 다양하고 현지조사 사진이 뚜렷하지 못해 명확하게 일치하는 인증의 확인이 어려움

### 3. 제출서류

#### HACCP 인증신청서

: HACCP 인증 신청 시 작성·제출해야하는 서류로, 기본적인 회사의 정보 등 필수 사항을 기재해야함

#### 식품안전관리인증기준(HACCP)적용업소 인증신청서

\* 첨부서류는 귀쪽의 신청안내를 참고하시기 바라며, 착상이 어두운 다른 신청인이 적지 않습니다. (참조)

접수번호	접수일	발급일	처리기간	40일	
신청인	영업신고(등록) 번호		영업신고(등록) 연월일		
	영업소명				
	소재지	본사			
		공장(사업장) <small>* 집단급식소 중 위탁운영의 경우 그 이름과 소재지, 신고번호를 기재</small>			
	대표자 성명	생년월일 <small>(외국인의 경우 외국인 등록번호)</small>	전화번호 휴대전화번호		
	HACCP팀장 성명	생년월일 <small>(외국인의 경우 외국인 등록번호)</small>	전화번호 휴대전화번호		
E-mail 주소(계산서 발급용) :					

신청 내용	HACCP적용 식품명(유형)			
	HACCP적용 규모 <input type="checkbox"/> 일반 <input type="checkbox"/> 소규모 <small>* 소규모HACCP: 해당품목의 연매출액 5억원 미만이거나 종업원 수가 21인 미만인 경우</small>			
	HACCP적용 품목별(유형) 1년간 생산실적(매출액)			
	품목명	생산실적(단위: 천원)	품목명	생산실적(단위: 천원)
	품목명	생산실적(단위: 천원)	품목명	생산실적(단위: 천원)

「식품위생법」 제48조제3항 및 같은 법 시행규칙 제63조제1항에 따른 식품안전관리인증기준 적용 업소 인증을 신청합니다.

년      월      일

보고인

(서명 또는 인)

아래 개인정보 수집·활용 동의서를 숙지하였으며, 내용에 동의합니다.

(서명 또는 인)

한국식품안전관리인증원장 귀하

### 3. 제출서류

#### HACCP 인증신청서

: HACCP 인증 신청 시 작성·제출해야하는 서류로, 해당 제조품목에 맞게 답변을 기재해야함

식품안전관리인증계획서(HACCP PLAN)										
HACCP 적용 유형(특성포함): 예) 과자(유당처리제품) 해당제품: 예) ○○링, ○○과자 등										
(1) 중요 관리점	(2) 주요 위해	(3) 한계기준	(5) 모니터링				(7) 담당자	(8) 개선조치	(9) 기록물	(10) 검증
			(4) 대상	(5) 방법	(6) 주기	(7) 담당자				
예) 1B 가열(유당) 공정	예) 병원성 미생물 잔존 (리스테리아 모노사이토젠스, 장출혈성 대장균 등)	예) 가열 온도 (유당온도): 000~000℃	예) 가열기 설정 온도 또는 가열기 표시 온도	예) 설정 온도(표 시온도) 육안 확인	예) 작업 시작 시, 작업 중 0시간 마다, 작업 종료 시	예) 가열 담당 홍길동	예) 1. 작업 중단 2. 온도 미달: - 가열기 이상 확인 - 온도 도달 시 작업 재개 - 재가열(또는 폐기) 3. 온도 초과: - 가열기 이상 확인 - 냉각 후 작업 재개 - 제품 이상 확인 후 다음공정(또는 폐기)	예) 중요관리점 점검표	예) 공정 검증  작업 전 온도계측 장치 정확도 확인, 1회/년 교검정  월 1회 모니터링, 개선조치방법, 실행성 검증	
		가열 시간 (유당시간): 00분00초 ~00분00초	가열기 설정 시간 또는 투입 후 경과시간	설정시간 육 안확인 또는 가열시간 타 이머 측정	1. 작업 중단 2. 시간 미달: - 가열기 이상 확인(또는 담당자 확인) - 재가열(또는 폐기) 3. 시간 초과: - 가열기 이상 확인(또는 담당자 확인) - 제품 이상 확인 후 다음공정(또는 폐기)					
		가열(유당) 후 제품온도: 00℃ 이상	제품온도 또는 제품품온	제품온도 ○ 온도계 측 정	1. 작업 중단 2. 온도 미달: - 가열기 이상(온도, 시간) 확인 - 제품 상태 확인 - 재가열(또는 폐기)					

## 4. 전문가 인터뷰

### “가축 및 동물 보건기관 (Livestock and Animal Health Service)의 승인”

#### Q1. 인도네시아에 고양이 사료(소매용)을 수출할 때 필수적으로 요구되는 인증은 무엇인가요?

“수출품목이 동물 기반 식품(Animal based food)인 사료의 경우, 생산 시설 (Production facility)에 대해 인도네시아로 수입하기 전에 반드시 인도네시아 농림부 (MOA : Ministry of Agriculture) 산하의 가축 및 동물 보건기관(Livestock and Animal Health Service)의 승인을 받아야 합니다.”

- 인도네시아 사료 제품 인증 컨설팅사 컨트롤유니온  
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 중, 2017. 04

#### Q2. 필수인 ‘가축 및 동물 보건기관의 승인’은 어떻게 획득할 수 있나요?

“생산공정인증서, 원산지증명서, 분석증명서, 수의보건증명서와 같은 간단한 서류 제출로 승인 심사가 이루어지기 때문에 어렵지 않게 승인을 받을 수 있습니다.”

- 인도네시아 사료 제품 인증 컨설팅사 컨트롤유니온  
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 중, 2017. 04

### “HACCP 제조시스템 인증서”

#### Q3. 인도네시아에 고양이 사료(소매용)를 수출할 때 선택적으로 요구되는 인증은 무엇이며 추천하는 이유가 있나요?

“HACCP 제조 시스템 인증서입니다.”

- 인도네시아 사료 제품 인증 컨설팅사 컨트롤유니온  
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 중, 2017. 04

“해당 제품이 HACCP 시스템 하에서 제조되었다는 사실을 명기한 수출업체의 선언서 및 위생 표준운영절차서(Sanitation Standard Operating Procedure) 또는 관련기관에 의해 승인 받은 HACCP 인증서를 제출하면 승인을 쉽게 받을 수 있습니다.”

- 인도네시아 사료 제품 인증 컨설팅사 컨트롤유니온  
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 중, 2017. 04

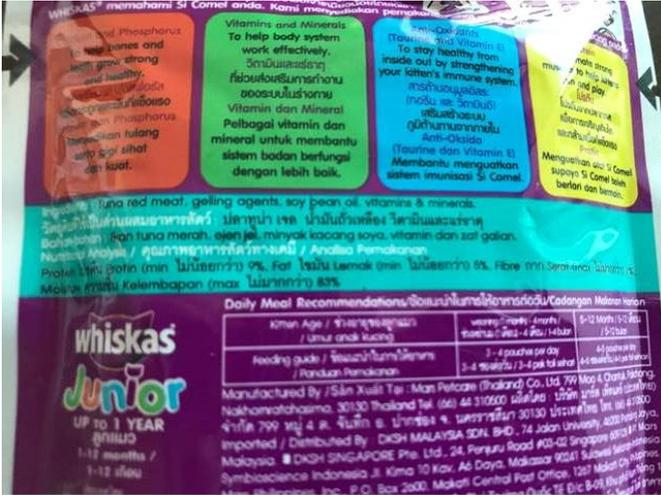
# IX. 라벨링 정보

## ※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

# 라벨링 정보 OVERVIEW

## ● 인도네시아 가공식품 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 원재료 및 원산지
- 영양성분표시
- 순 중량
- BPOM 등록번호
- 저장방법
- 생산자, 유통자 정보
- 유통기한
- 생산일자 및 생산번호
- 주의사항

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart Supermarket, 2017.04)

출처 : 인도네시아 식약청(BPOM) '식품 라벨링 및 광고 No.62', 1999

## ● 인도네시아 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	인도네시아어, 아라비아 숫자 또는 라틴어
제품명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
원재료 및 영양성분 표시	제품을 구성하는 모든 성분을 정해진 순서에 맞게 기재
순중량 또는 순용량	미터법을 기준으로 표기
BPOM 등록번호	소비자보호법에 따라 모든 수입제품은 BPOM에 등록해야하며 제품등록번호(ML Number)가 주어짐
공급업체 상호 및 주소	제조업체 또는 수입업체의 상호와 주소를 표기
제품의 유통기한	제품의 유통기한은 필수표기사항
생산일자 혹은 생산번호	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기

출처 : 인도네시아 식약청(BPOM) '식품 라벨링 및 광고 No.62', 1999

# 1. 라벨 표기사항

## 라벨 표기 법령

- 인도네시아 식약청 BPOM(Badan Pengawas Obatdan Makanan)은 인도네시아 제품 라벨링의 주요 기관임. 다만 최근까지 애완동물 사료에 대한 라벨링 법령은 존재하지 않는 것으로 확인됨

## 식품 라벨링, 인도네시아어로 의무적 작성

인도네시아 식약청인 BPOM(Badan Pengawas Obatdan Makanan)의 법령에 따르면 인도네시아로 들어오는 식품 또는 수입제품의 라벨링에는 인도네시아어와 아라비아 숫자 혹은 라틴어로만 기재되어야 함. 특히 2010년부터 소매점에서 판매되는 포장식품은 제품의 영양성분 및 상세 내용을 표시하여야 하며 해당 영양소 라벨링은 기존의 규정 No.62 (1999) ‘식품 라벨링 및 광고’의 적용을 받는다고 발표함

다만 BPOM의 한 담당자와의 인터뷰 결과, 최근까지도 개·고양이 등 애완동물 사료에 대한 라벨링 법령이 별도로 존재하지 않음

표 9.1 : 포장식품 라벨 표기사항

지방분, 단백질, 탄수화물 등에서 발생하는 에너지양에 기초한 전체 에너지양, 소금, 지방, 포화 지방, 콜레스테롤, 탄수화물, 섬유질, 설탕, 비타민 및 미네랄 등의 총량을 순서대로 기재해야함

출처 : 인도네시아 식약청(BPOM) ‘식품 라벨링 및 광고 No.62’, 1999

표 9.2 : 인도네시아 라벨 표기사항 상세

항목	설명	
1	표기 언어	인도네시아어, 아라비아 숫자 또는 라틴어로 작성해야 함
2	제품명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭으로 표시하여야 함
3	원재료 및 영양성분 표시	제품을 구성하는 모든 성분을 정해진 순서대로 기재가 필요함
4	순중량 또는 순용량	미터법을 기준으로 표기함
5	BPOM 등록번호	소비자보호법에 따라 모든 수입제품은 BPOM에 등록해야하며 제품등록번호(ML Number)가 주어짐
6	공급업체 상호 및 주소	제조업체 또는 수입업체의 상호와 주소를 상세히 기재해야 함
7	제품의 유통기한	제품의 유통기한은 필수 표기사항임
8	생산일자 혹은 생산번호	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기해야 함

출처 : 인도네시아 식약청(BPOM) ‘식품 라벨링 및 광고 No.62’, 1999

## 2. 라벨링 예시

### 라벨링 예시



**원재료**  
원료 및 첨가물 기재 필수

**영양성분표**  
열량, 4대 영양소 필수 표시

**회사 정보**  
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소



**영양성분표**  
열량, 4대 영양소 필수 표시

**유통기간**  
년, 월, 순으로 표기

**섭취 대상 및 섭취량**  
고양이 나이별, 크기별 섭취량 안내

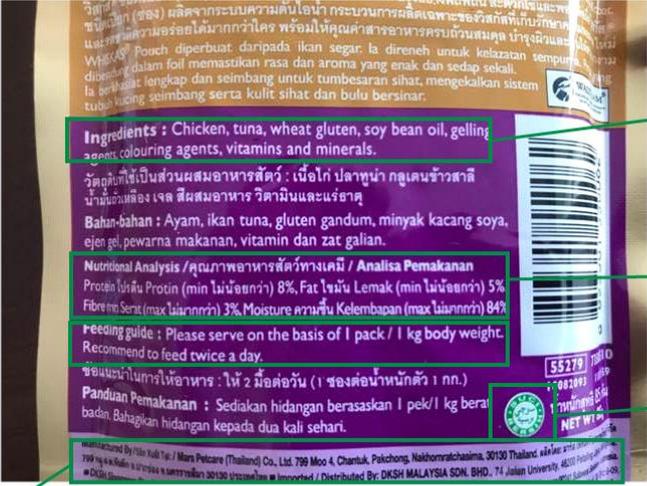
**주의사항 및 보관방법**  
보관장소, 주의사항 기재

### 영양성분표시

: 열량, 4대 영양소 필수 표시  
(단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨)

### 인증

: 할랄 인증마크



**섭취 대상 및 섭취량**  
고양이 나이별, 크기별 섭취량 안내

**회사 정보**  
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소

**원재료**  
원료 및 첨가물 기재 필수

**영양성분표**  
열량, 4대 영양소 필수 표시

**인증**  
할랄인증

# X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

## 1. 식품첨가물 규정

# 위생 요건 OVERVIEW

## ● 품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목		조사가능항목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>	농약잔류물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>	식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>	중금속	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input checked="" type="checkbox"/>	전염병	<input type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>	병해충	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>	병원성균	<input type="checkbox"/>
음주류	<input type="checkbox"/>	영양성분	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>	치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

※ 식품 첨가물의 경우, 인도네시아 정부에서 사람이 섭취하는 식품에만 해당되는 법령이 존재하기에 개·고양이 사료에 해당하는 위생요건은 없는 것으로 확인됨

※ 일반 가공식품의 경우, 특정 제품별로 기준치가 매우 상이하여 성분 나열이 어렵기에 일반적으로 많이 적용되는 식품 첨가제 정보를 상기에 제공함

## ● 식품 첨가제 분류 및 사용규정

분류	사용 규정
소포제(Antifoaming Agent)	Regulation No.13/2013
고결방지제(Anticaking Agent)	Regulation No.13/2013
산화방지제(Antioxidant)	Regulation No.38/2013
탄화제(Carbonating Agent)	Regulation No.4/2013
유화제 염류(Emulsifying Salt)	Regulation No.16/2013
포장가스(Packaging Gas)	Regulation No.17/2013
습윤제(Humectant)	Regulation No.5/2013
광택제(Glazing Agent)	Regulation No.12/2013
인공감미료(Artificial Sweetner)	Regulation No.HK.00.05.1.4547/2014
제조용제(Carrier)	Regulation No.6/2013
겔화제(Gelling Agent)	Regulation No.19/2013
기포제(Foaming Agent)	Regulation No.22/2013
산도조절제(Acidity Regulator)	Regulation No.8/2013
보존료(Preservative)	Regulation No.36/2013
팽창제(Raising Agent)	Regulation No.11/2013
유화제(Emulsifier)	Regulation No.20/2013
증점제(Thickener)	Regulation No.15/2013
고결제(Firming Agent)	Regulation No.9/2013
향미증진제(Flavoring Enhancer)	Regulation No.23/2013
증량제(Bulking Agent)	Regulation No.25/2013

출처 : 한국식품산업협회 - 2013 주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사(인도네시아)

# 1. 식품첨가물 규정

## 인도네시아 식품첨가물 규정<sup>25</sup>.

인도네시아 식품첨가물 규정 내 식품 첨가물은 직접 섭취나 식품 원료로서 사용되는 것을 의미하지 않고, 식품의 제조, 가공, 포장, 보관, 운송에서 기술적 목적으로 식품에 첨가되는 것을 의미함

식품첨가물 규정은 ‘Regulation MENKES No.033/2012’<sup>26</sup>로, 상기 규정은 식약청 법률문서정보 네트워크 홈페이지에서 확인 가능함

## 엄격한 인도네시아의 감미료 사용 관련 규정

2014년 인도네시아 식약청(BPOM)은 감미료(Sweetener) 사용에 대한 새로운 기준치를 발표함. 자연 및 인공 유래 감미료에 대한 기준치가 각각 제시되어 있음. 인도네시아는 감미료 사용에 다소 엄격한 국가로, 관련 성분이 제품에 포함되었을 때에는 식품첨가물 규정을 면밀히 검토할 필요가 있음

표 10.1 : 인도네시아 내 식품첨가제 분류 및 사용규정<sup>27</sup>.

분류	사용 규정
소포제(Antifoaming Agent)	Regulation No.13/2013
고결방지제(Anticaking Agent)	Regulation No.13/2013
산화방지제(Antioxidant)	Regulation No.38/2013
탄화제(Carbonating Agent)	Regulation No.4/2013
유화제 염류(Emulsifying Salt)	Regulation No.16/2013
포장가스(Packaging Gas)	Regulation No.17/2013
습윤제(Humectant)	Regulation No.5/2013
광택제(Glazing Agent)	Regulation No.12/2013
인공감미료(Artificial Sweetner)	Regulation No.HK.00.05.5.1.4547/2014
제조용제(Carrier)	Regulation No.6/2013
겔화제(Gelling Agent)	Regulation No.19/2013
기포제(Foaming Agent)	Regulation No.22/2013
산도조절제(Acidity Regulator)	Regulation No.8/2013
보존료(Preservative)	Regulation No.36/2013
팽창제(Raising Agent)	Regulation No.11/2013
유화제(Emulsifier)	Regulation No.20/2013
증점제(Thickener)	Regulation No.15/2013
고결제(Firming Agent)	Regulation No.9/2013
향미증진제(Flavoring Enhancer)	Regulation No.23/2013
증량제(Bulking Agent)	Regulation No.25/2013

출처 : 한국식품산업협회 - 2013 주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사(인도네시아)

25. ※ 인도네시아 내 애완동물 사료에 대한 첨가물 규정이 정립되어 있지 않아 일반적인 가공식품의 위생요건으로 대체하여 작성함  
 26. 인도네시아 보건부(Indonesia Ministry of Health)에서 발표한 식품 첨가제 관련 법령, REGULATION OF MINISTER OF HEALTH OF THE REPUBLIC OF INDONESIA(usdaindonesia.org/wp-content/uploads/2012/08/permenkes-033-2012-translation.pdf), 2012  
 27. 초록색으로 표시한 부분은 현지조사제품의 원료에 포함된 식품첨가제임. Whiskas Chicken&Tuna, Whiskas Junior와 Me-O Seafood Platter in Prawn Jelly 제품 총 3가지에서 발견됨

# 1. 식품첨가물 규정

※ 현지방문조사에서 조사된 품목 중 일부 제품으로부터 식품첨가물 정보를 확인할 수 있어 규정 및 요건을 제외하고 하기의 표에 정보를 기재함

표 10.2 : 고양이 사료 식품첨가물 정보

유형	제품	수입자	원료·식품첨가물
	Friskies Party Mix	PT Nestle Indonesia (Nestle S.A.)	통밀시리얼(쌀, 옥수수) 가금류 부산물 옥수수 글루텐 식물성 오일 아미노산 <b>식용색소</b>
	Whiskas Chicken & Tuna	PT Mars Symbioscience Indonesia (Mars, Incorporated)	닭고기 참치 밀 글루텐 대두유 <b>겔화제</b> <b>착색제</b> 비타민 미네랄
	Sheba Flaked Tuna Whitemeat	PT Mars Symbioscience Indonesia (Mars, Incorporated)	참치 <b>농화제</b> (변성녹말, 구아검)
	Me-o Seafood Platter in Prawn Jelly	CP Petfood	해산물 <b>겔화제</b> 비타민&미네랄 타우린 콜린 비타민 B2·A·K3·D1 엽산 철분 망간 <b>식품 착색제</b>

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart Supermarket, Ranch Market, Hypermart 2017.04)

## ※ 참고 문헌

### ※ 참고 자료

1. REGULATION OF MINISTER OF HEALTH OF THE REPUBLIC OF INDONESIA NO. 033	Indonesia Ministry of Health	2012
2. 한국무역협회 국가정보	한국무역협회	2015
3. 식품 라벨링 및 광고 No.62	인도네시아 식약청(BPOM)	1999
4. 주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사	한국식품산업협회	2013

### ※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
3. 인도네시아 관세청	www.beacukai.go.id
4. International Trade Centre	trademap.org
5. Global Data	consumer.globaldata.com
6. Euromonitor International	www.euromonitor.com
7. World Bank	www.worldbank.org
8. IMF	www.imf.org
9. Mars, Incorporated	www.mars.com
10. Nestlé S.A.	www.nestle.com
11. Hill's Pet Nutrition	www.hillspet.com
12. Youtube	youtube.com
13. Jakarta Globe	jakartaglobe.id
14. Go-Jek Indonesia	go-jek.com
15. 한국마케팅신문	www.mknews.kr
16. Kaskus	www.kaskus.co.id
17. Blanja	www.blanja.com
18. Tokopedia	www.tokopedia.com
19. Bukalapak	www.bukalapak.com
20. Elevenia	www.elevenia.co.id
21. Qoo10	www.qoo10.co.id
22. OLX	olx.co.id
23. Lazada	www.lazada.co.id
24. Amazon	www.amazon.com
25. 외환은행	www.kebhana.com
26. 위키피디아	en.wikipedia.org
27. Nestlé Purina PetCare	purina.com
28. Lotte Mart Supermarket	www.lottemart.co.id/supermarket
29. Ranch Market	www.ranchmarket.co.id
30. Hypermart	www.hypermart.co.id
31. TradeNAVI	tradenavi.or.kr
32. 대한 상공회의소	cert.korcham.net
33. 한국식품안전관리인증원	www.ihaccp.or.kr